

**Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo
Desportivo no Concelho de Sines, como forma de
Combater a Sazonalidade**

José Manuel Paulino Barambão

Projeto de Mestrado
em Marketing e Gestão do Desporto

Orientadora:

Hélia Gonçalves Pereira Prof. Auxiliar, Departamento de Marketing, Operações
e Gestão Geral, ISCTE-IUL

ABRIL, 2012



**Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo
Desportivo no Concelho de Sines, como forma de
Combater a Sazonalidade**

José Manuel Paulino Barambão

Projeto de Mestrado
em Marketing e Gestão do Desporto

Orientadora:

Hélia Gonçalves Pereira Prof. Auxiliar, Departamento de Marketing, Operações
e Gestão Geral, ISCTE-IUL

ABRIL, 2012

AGRADECIMENTOS

Este meu objetivo só foi possível de concretizar com a ajuda de diversas pessoas e entidades que contribuíram de uma forma decisiva para a sua conclusão.

A todos o meu profundo obrigado.

- À minha esposa, Rita, que esteve sempre ao meu lado em todos os instantes, dando-me confiança e o apoio necessário e a paciência para concretizar este meu objetivo.
- Aos meus pais, que já não estão entre nós, mas na certeza que iriam ficar muito orgulhosos.
- Ao meu filho, que apesar de não ter tido uma participação ativa, foi sempre um incentivo, a força e o alento para não desistir.
- À minha família que sempre me deu o seu apoio e incentivo.
- Aos meus amigos pelo apoio demonstrado, para que este meu objetivo se tornasse realidade.
- Aos meus colegas Vítor, Conceição, Luís, Pedro, Eurico e Bárbara, pelo apoio e colaboração que me deram durante a execução do projeto.
- À minha orientadora, Prof^a Hélia Gonçalves Pereira, pelo apoio e pelo que me transmitiu desde o primeiro dia de aulas.
- A todos os professores que tive o privilégio de ter no ISCTE durante o período em que decorreu o mestrado.
- Ao Professor Pedro Dionísio pelo seu trabalho e por ter acreditado em mim.
- A todos os meus colegas de mestrado das diversas turmas por onde passei.
- Aos colegas de mestrado que mais diretamente colaboraram comigo, Sá Pinto, Diogo, Paulo, Pedro Graça, Paula, André, Carla, e Vítor.
- À Câmara Municipal de Sines, mais concretamente ao Sr. Presidente pela disponibilidade que me concedeu durante o período que foi necessário para concluir o mestrado.
- A todos aqueles que ao longo de 32 anos de trabalho me acompanharam e me ensinaram tudo o que sei hoje, atletas, dirigentes, professores, amigos e colegas.

ÍNDICE GERAL

AGRADECIMENTOS.....	iii
Índice Geral.....	iv
Índice de Quadros	vi
RESUMO	vii
ABSTRAT	viii
Capítulo I - Introdução.....	1
Capítulo II - Problemática da Investigação.....	2
2.1. Introdução.....	2
2.2. Objetivos	2
2.2.1. Objetivos Gerais	2
2.2.2. Objetivos Específicos	2
Capítulo III - Revisão da literatura.....	3
3.1. O Papel das Autarquias no Desenvolvimento Desportivo.....	3
3.2. Planeamento.....	3
3.2.1. Níveis de Planeamento.....	4
3.3. Planeamento Estratégico	4
3.3.1. Objetivos do Planeamento Estratégico.....	4
3.3.2. Características do Planeamento Estratégico.....	5
3.3.3. Fases do Planeamento Estratégico.....	5
3.4. Planeamento Tático.....	6
3.5. Planeamento Operacional.....	7
3.6. Considerações sobre o Planeamento Estratégico e o Planeamento Tático	7
3.7. Eventos	8
3.7.1. Turismo de Eventos.....	8
3.7.2. Definição de Eventos.....	9
3.7.3. Classificação dos Eventos.....	10
3.7.4. Os Eventos e o Turismo	12
3.7.5. Os Eventos e a Sazonalidade.....	12
3.8. Turismo	13
3.8.1. Tipos de Turismo.....	14
3.8.2. Turismo – Um mercado de Oportunidades e Desafios.....	15
3.8.3. Destino Turístico	15
3.8.4. Marketing Turístico.....	16
3.9. Marketing Territorial.....	17

3.10. Desporto.....	18
3.10.1. Desporto e Turismo.....	18
3.10.2. Turismo Desportivo.....	18
3.10.3. Tipos de Turismo Desportivo.....	19
3.10.4. Turista Praticante Desportivo.....	20
3.11. Sazonalidade.....	20
3.11.1. Definição de Sazonalidade.....	21
3.11.2. Padrões de Sazonalidade.....	21
3.11.3. Causas da Sazonalidade.....	21
3.11.4. Impactos da Sazonalidade.....	23
3.11.5. Medidas de Combate à Sazonalidade.....	23
Capítulo IV – Enquadramento – O Concelho de Sines.....	24
4.1. Capacidade de Alojamento no Concelho de Sines.....	24
4.2. Número de Dormidas e de Hóspedes no Concelho de Sines.....	25
4.3. Indicadores de Hotelaria no Município de Sines.....	26
4.4. Taxa de Sazonalidade.....	28
4.5. Sazonalidade medida pelo número de hóspedes.....	29
4.6. Índice de amplitude Sazonal.....	29
4.7. Caracterização do Concelho de Sines.....	29
4.8. Considerações de Marketing Territorial no Concelho de Sines.....	31
4.9. Eventos do Concelho de Sines.....	32
4.10. Eventos Concorrentes.....	34
4.11. Análise SWOT.....	35
Capítulo V – Metodologia.....	36
5.1. Diagnóstico.....	36
5.2. Indicadores Utilizados.....	36
5.3. Fontes de Informação.....	37
Capítulo VI – Implementação.....	38
6.1. Horizonte.....	38
6.2. Implementação do Plano Estratégico.....	38
6.3. Visão.....	40
6.4. Missão.....	40
6.5. Domínios de Atividade Estratégia e Eixos Estratégicos.....	41
6.6. Plano de Atividades Estratégicas, Eixos Estratégicos e Projetos.....	43
6.7. Recursos Humanos.....	54

6.8. Plano Financeiro.....	55
6.9. Alvos de Mercados Prioritários.....	57
6.10. Monitorização- Avaliação.....	57
Capítulo VII - Conclusão.....	59
Bibliografia.....	Erro! Marcador não definido.
ANEXOS.....	66
ANEXO I - Quadros Eventos de Sines.....	66
ANEXO II - Quadro Eventos Concorrentes.....	66
ANEXO III – Hotéis.....	66
ANEXO IV – Planos de Turismo e de Turismos Desportivo.....	66
ANEXO V – Dinamização de Eventos e Atividades Desportiva.....	66
ANEXO VI – Plano Transversal.....	66
ANEXO VII – Plano de Gestão.....	66

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1 - Classificação das Causas da Sazonalidade no Turismo.....	22
Quadro 2 - Estabelecimentos e Capacidade de Alojamento em Portugal, por comparação com o Alentejo, Alentejo Litoral e o Concelho de Sines em 31/07/2009.....	24
Quadro 3 - Dormidas e Hóspedes nos Estabelecimentos em Portugal, por comparação com o Alentejo, Alentejo Litoral e o Concelho de Sines, 2009.....	25
Quadro 4 - Dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros em Portugal, no Alentejo, no Alentejo Litoral e no Concelho de Sines Segundo o País de Residência Habitual.....	26
Quadro 5 - Indicadores de Hotelaria em Portugal, no Alentejo, no Alentejo Litoral e no Concelho de Sines, 2009.....	26
Quadro 6 - Indicadores de Hotelaria em Portugal, no Alentejo, Alentejo Litoral e no Concelho de Sines, 2009.....	27
Quadro 7 - Número de Visitantes do Posto de Turismo de Sines em 2011.....	28
Quadro 8 - Taxa de Sazonalidade Calculada pelo Número de Hóspedes de 2006 a 2009.....	29
Quadro 9 - Índice de Amplitude Sazonal Calculado pelo Número de Hospedes de 2006 a 2009.....	29
Quadro 10 - Organização Estratégica.....	42
Quadro 11 - Eventos Culturais, Gastronómicos e Religiosos.....	44
Quadro 12 - Eventos Desportivos.....	48
Quadro 13 - Infraestruturas a Construir e Requalificar.....	50
Quadro 14 - Recursos Humanos.....	55
Quadro 15 - Custos a Suportar pela CM Sines ou em Parceria.....	56

RESUMO

O Plano Estratégico para o Turismo Desportivo é um documento técnico com a finalidade de diminuir a sazonalidade no Concelho de Sines, sustentado na Câmara Municipal, e em diversas entidades que irão participar ativamente na implementação e na concretização dos objetivos propostos até 2017.

A CM Sines é o principal agente desportivo do Concelho na promoção da atividade desportiva, sendo também o proprietário e gestor das infraestruturas desportivas existentes.

Durante o período de execução do plano, é necessário requalificar e construir novos espaços desportivos e formar os técnicos e funcionários que irão executar o plano. É fundamental que exista uma forte interligação entre os serviços da CM Sines envolvidos no projeto, os Clubes e Associações intervenientes.

O Concelho de Sines dispõe de um vasto território com características e aptidões quase únicas para a prática de diferentes atividades, para a realização de eventos de qualidade, base para um turismo desportivo que é fundamental para diminuir a sazonalidade. Esta diminuição é extremamente importante, pelo impacto económico que irá produzir com a criação de mais emprego no Concelho.

A construção da Cidade Desportiva será uma importante alavanca para reduzir a sazonalidade de uma forma significativa, devido às condições que irá oferecer a atletas e equipas de alta competição para treinos e estágio durante todo o ano.

A sustentação financeira é fundamental para concretizar o plano. A CM Sines terá que se socorrer das grandes empresas do Concelho, estabelecendo protocolos para a realização de eventos e para a construção de instalações desportivas.

Palavras-chave: *Turismo. Desporto. Turismo Desportivo. Sazonalidade.*

ABSTRAT

The Strategic Plan for the Sports Tourism is a technical document which aims to reduce the seasonality in the city council of Sines, sustained by the Town Council and by several entities that will participate actively in the implementation and fulfilment of objectives previously set out until 2017.

The Town Council of Sines is the main sports agent in the all city council which promotes sports activity, also being the owner and administrator of the existing sports infrastructures.

Throughout the plan execution, it is necessary to revitalize and build new sports facilities as well as to qualify technicians and workers that will execute the plan. A strong connection between the Town Council services involved in the project and the participant Clubs and Associations is also essential.

The council of Sines has a huge territory with characteristics and aptitudes almost unique for the practice of different activities and to carry out events of quality, which is the basis for sports tourism and essential to reduce seasonality.

The construction of the Sports City will be an important leverage to reduce seasonality in a significant way, due to the conditions that will be offered to athletes as well as to high competition teams for coaching and traineeship throughout all year.

The financial sustainability is essential to fulfil the plan. The Town Council of Sines will have to get support from the big companies in the council by establishing protocols for the realization of events and for the construction of sports facilities.

Key-words: *Tourism. Sport. Sports Tourism. Seazanolity.*

CAPÍTULO I - INTRODUÇÃO

Uma das diversas formas de se fomentar a economia de um País ou de uma região é apostar no turismo, uma atividade que tem crescido mesmo em tempos de crise generalizada.

O turismo tem um papel importante na transformação de locais que até então não passavam de meros locais de lazer, contribuindo para a criação de emprego e fortalecendo a economia da região.

No entanto, na maior parte dos locais, o turismo é sazonal, como é o caso de Sines, onde o crescimento turístico que se verificou nos últimos anos permitiu consolidar destinos turísticos como Porto Covo. No entanto, esta freguesia não deixa de sofrer o problema da sazonalidade, apesar dos investimentos que têm sido feitos.

O Turismo Desportivo, através dos segmentos de Turismo de Prática Desportiva e Turismo de Eventos Desportivos, é hoje uma das principais armas de combate à sazonalidade a nível nacional e mundial.

A elaboração de um Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo Desportivo no Concelho de Sines pretende encontrar soluções concretas e sustentadas para combater o problema da sazonalidade, criando as condições necessárias para que Sines se torne um polo turístico de eleição durante todo o ano.

CAPÍTULO II - PROBLEMÁTICA DA INVESTIGAÇÃO

2.1. INTRODUÇÃO

O principal problema para o desenvolvimento sustentável do turismo no Concelho de Sines é a sazonalidade.

No caso do Concelho de Sines, a criação de um Plano Estratégico para combater a sazonalidade que se faz sentir em 10 meses do ano é fundamental para inverter esta situação, indo ao encontro dos objetivos do município, que passam por fomentar a oferta turística e atrair novos investidores, sendo o Turismo Desportivo, através dos segmentos de Turismo de Prática Desportiva e Turismo de Eventos Desportivos, a ferramenta para combater a sazonalidade e permitir o desenvolvimento do turismo de forma consolidada ao longo de todo o ano.

2.2. OBJETIVOS

2.2.1. OBJETIVOS GERAIS

O objetivo fundamental deste projeto é o da elaboração de um Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo Desportivo no Concelho de Sines, a fim de encontrar estratégias de combate à sazonalidade, para que seja possível existir turismo, por via da prática desportiva e de eventos nesta área, em conjunto com outras iniciativas de âmbito cultural, gastronómico, religioso, e inclusive do Turismo Industrial, durante todo o ano e não somente nos meses de Julho e Agosto.

2.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Definir ações de curto, médio e longo prazo para que a sazonalidade diminua de forma consistente através da oferta de turismo desportivo.

CAPÍTULO III - REVISÃO DA LITERATURA

3.1. O PAPEL DAS AUTARQUIAS NO DESENVOLVIMENTO DESPORTIVO

Pereira, E. (2006) diz-nos que o desporto não é indiferente às transformações sociais que se verificam num mundo caracterizado por grandes mudanças. A constante reorganização do quotidiano social, e a conseqüente reorganização do tempo de lazer e do turismo desportivo, obriga as autarquias a requalificar e a organizar os espaços das cidades e dos seus concelhos, para conseguirem cativar os turistas devido à forte concorrência dos concelhos limítrofes e de outras regiões do país.

Pires, G. (1993) afirma a este propósito que o sector do desporto autárquico é o sector de futuro, já que possui potencialmente todas as capacidades de desenvolver verdadeiros projetos integrados no domínio do desporto, uma vez que a autarquia tem por vocação a missão e a responsabilidade de ter uma visão macroscópica do sistema desportivo local, com a abrangência do desporto virado também para o exterior.

3.2. PLANEAMENTO

Vivemos numa época de mudança explosiva em que velhas maneiras de pensar, velhas fórmulas, velhos dogmas e velhas ideologias por muito queridas ou úteis que tenham sido no passado, já não se coadunam com os factos da atualidade. Não podemos colocar à força o mundo embrionário de amanhã nos cubículos convencionais de ontem (Toffler, 1980)

Surge assim uma necessidade vital de inovar e adotar estratégias à atualidade dos acontecimentos, das tendências, vontades e anseios da população, sendo o planeamento a melhor forma para o fazer. Soucie, D. (2002) revela que planejar significa estabelecer uma linha de ação para conseguir um objetivo. O referido autor, citando Nadeau (1973), define planeamento como o processo contínuo mediante o qual a cúpula administrativa determina com precisão as decisões a tomar para alcançar os objetivos traçados.

Planejar significa acima de tudo a definição de linhas orientadoras que possam guiar a organização num processo de desenvolvimento, no qual exista uma antecipação do que deve ser feito e como deve ser feito (Teixeira, 1998).

3.2.1. NÍVEIS DE PLANEAMENTO

Sancho e Sanchez (1999) e Sancho (2004), Chiavenato (1993) e Pires, G. (2005) indicam-nos que o planeamento pode classificar-se de diferentes modos, sendo o mais comum estabelecido de acordo com os diferentes níveis de planeamento:

- 1) Planeamento Estratégico;
- 2) Planeamento Tático;
- 3) Planeamento Operacional.

Chiavenato (1993) caracteriza o planeamento estratégico da seguinte forma: o seu conteúdo é genérico, sintético e abrangente relativamente à extensão do tempo; é de longo prazo e a sua amplitude é macro orientada, aborda a organização como um todo.

Pires (2005) acrescenta que o plano estratégico supõe um conjunto de operações integradas que permitam identificar um conjunto de manobras estratégicas que confirmam à organização as melhores oportunidades de cumprir objetivos e de realizar a sua missão de acordo com a sua vocação.

Hernandez (1999) define planeamento estratégico como sendo o processo de selecionar, comandar e coordenar sistematicamente os recursos humanos, materiais e financeiros, que compõem as atividades e programas considerados adequados à operacionalização dos objetivos pré determinados.

3.3. PLANEAMENTO ESTRATÉGICO

3.3.1. OBJETIVOS DO PLANEAMENTO ESTRATÉGICO

Segundo Chiavenato (1993) os objetivos das organizações podem ser visualizados numa hierarquia que contempla desde os objetivos globais da organização até os objetivos operacionais que envolvem simples instruções para a rotina quotidiana. Desta maneira, o planeamento compõe-se tanto de estratégias e políticas de longo prazo por meio das quais se pretende alcançar os objetivos globais da organização, como também de um conjunto de planos detalhados das atividades rotineiras para o alcance dos objetivos imediatos.

3.3.2. CARACTERÍSTICAS DO PLANEAMENTO ESTRATÉGICO

Roche (2007) e Pires & Colaço (2005) realçam as seguintes características:

- 1) Formalidade – o planeamento tem uma base formal. Obedece a um método de realização, aprovação e acompanhamento, sendo o seu resultado um produto concreto – plano estratégico.
- 2) Globalidade – o planeamento estratégico é sempre global, a sua globalidade comporta os objetivos estratégicos comuns de todas as partes tidas como o conjunto da organização.
- 3) Realismo – o planeamento estratégico tem que ser real, ou pelo menos ter a realidade como ponto de partida. Por vezes é fácil ao planear confundir objetivos “desejáveis” com objetivos “possíveis”. Determinar objetivos ideais pode levar a uma motivação inicial, mas em breve a incapacidade de os alcançar descredibiliza o planeamento e leva muitas vezes ao seu abandono. Há que encontrar o termo certo, entre o desejado e o possível.
- 4) Flexibilidade – como qualquer planeamento, o planeamento estratégico deve caracterizar-se pela flexibilidade, pela sua capacidade de se adaptar às diferentes situações favoráveis ou desfavoráveis que podem acontecer. É esta característica que permite, no percurso a percorrer, desenvolver as diferentes potencialidades criativas de uma organização.
- 5) Continuidade – se é certo que do ponto de vista metodológico o planeamento estratégico obedece ao estabelecimento de prazos e períodos concretos para o seu desenvolvimento, o mesmo atende igualmente a um processo contínuo no tempo, obrigando a uma continuidade do processo, ao mesmo tempo que as ações vão sendo cumpridas.
- 6) Aceitação por toda a organização – o planeamento estratégico constitui-se como o elemento central para toda a organização. Todos os seus elementos devem conhecer com maior ou menor detalhe as linhas do referido planeamento e aceitá-las. A sintonia entre as várias áreas da organização determina o melhor planeamento estratégico.

3.3.3. FASES DO PLANEAMENTO ESTRATÉGICO

Para Roche (2007) e Pires & Colaço (2005), o planeamento estratégico deve obedecer a 3 grandes fases:

- a) Fase analítica, na qual se faz uma reflexão sobre a situação, onde se fixam objetivos estratégicos a médio prazo e onde se enumeram os projetos a serem desenvolvidos a curto prazo, sendo este da responsabilidade da cúpula da organização;

- b) Fase de programação ou execução – a execução do plano estratégico corresponde à elaboração e ao seu desenvolvimento do que se chama o plano operacional;
- c) Acompanhamento e avaliação – correspondem à fase que estuda e analisa o grau de realização do plano operacional e avalia o plano estratégico. É de referir que o planeamento estratégico e o plano operacional são dois elementos complementares inseparáveis, na medida em que não tem sentido elaborar um plano estratégico sem depois lhe dar continuidade e fazer a programação das ações seguintes.

3.4. PLANEAMENTO TÁTICO

O Plano Tático tem como objetivo otimizar determinada área e não a organização como um todo, isto é, trabalha com decomposições dos objetivos traçados, estratégias e políticas estabelecidas no planeamento estratégico (Megginson, 2009)

O Planeamento Tático é desenvolvido em níveis organizacionais inferiores, ou seja, é realizado ao nível intermédio, tendo como principal finalidade a utilização eficiente dos recursos disponíveis para a prossecução dos objetivos previamente fixados, segundo uma estratégia previamente definida, assim como as políticas orientadoras para o processo decisório organizacional (Megginson, 2009).

Características Principais:

- Processo permanente e contínuo;
- Aproximação do planeamento estratégico ao operacional;
- Aproxima os aspetos dúbios da realidade;
- É executado pelos quadros intermédios da organização;
- Pode ser considerado uma forma de alocação de recursos;
- Tem um alcance mais limitado do que o planeamento estratégico, ou seja, é de médio prazo;
- Produz planos bem direcionados às atividades organizacionais;

De acordo com Chiavenato (2004), o planeamento tático representa uma tentativa da organização de integrar o processo decisório e alinhá-lo à estratégia adotada para orientar o nível operacional das suas atividades e tarefas, a fim de atingir os objetivos organizacionais anteriormente propostos.

3.5. PLANEAMENTO OPERACIONAL

O Planeamento Operacional especifica com detalhe a forma como devem ser alcançados os objetivos organizacionais globais. É considerado como a formalização dos objetivos e procedimentos a seguir. Preocupa-se com os métodos operacionais e com a alocação de recursos.

No plano operacional é necessário que se proceda em primeiro lugar a uma análise dos objetivos, posteriormente à identificação das atividades, à programação do trabalho, e por fim ao cronograma para execução do plano (Megginson, 2009).

De acordo com Leon C. Megginson (2009), o planeamento operacional deve conter o seguinte:

- Recursos necessários ao seu desenvolvimento e implantação;
- Procedimentos básicos a serem adotados;
- Produtos ou resultados finais esperados;
- Prazos estabelecidos;
- Identificação dos responsáveis pela sua execução e implantação.

3.6. CONSIDERAÇÕES SOBRE O PLANEAMENTO ESTRATÉGICO E O PLANEAMENTO TÁTICO

Pode haver alguma dificuldade em diferenciar o plano estratégico do plano tático, pois não existe distinção absoluta entre ambos.

Enquanto o primeiro está voltado para a dimensão estratégica da organização, quanto aos seus objetivos e a sua eficácia, com um alcance temporal prolongado e um elevado grau de impacto, o segundo está mais voltado para alcançar os objetivos especificados, referindo-se à organização e à sua eficiência.

Na elaboração do plano tático encontram-se dificuldades de ordem prática, uma vez que é necessário definir objetivos de curto prazo e só com a sua concretização podemos atingir os objetivos de longo prazo.

O planeamento estratégico tem uma maior amplitude, pois considera a organização como um todo, enquanto o planeamento tático considera apenas uma parte da mesma.

O prazo de execução do planeamento estratégico é mais longo relativamente ao do planeamento tático, em virtude de ser composto por vários tipos de planeamento tático (Megginson, 2009).

3.7. EVENTOS

Para Neto (1999) é pela participação em eventos que o homem moderno aprende e reaprende a ter emoções, desenvolve o seu sentido crítico, aprimora os seus pontos de vista, preza a liberdade e adquire maior sensibilidade ao que o rodeia.

Desta forma podemos afirmar que ao participar em eventos, o ser humano enriquece a sua vida emocional e social, educa-se, adquire uma nova visão do mundo, absorve maior conhecimento e passa por novas experiências, enfim, ultrapassa muitas vezes os limites da sua vida particular, tornando-se cada vez mais preparado para as exigências diárias da sociedade em que se insere.

Verifica-se que os eventos são importantes para o turismo, porque, ao atrair pessoas de outros locais, regiões ou países, estamos a incentivar a economia e a enriquecer a vida cultural e/ou desportiva do local onde são realizados.

3.7.1. TURISMO DE EVENTOS

O Turismo de Eventos é uma vertente do Turismo que tem como objetivo a atividade turística. Advém de uma atividade que engloba eventos culturais, congressos, convenções, feiras, seminários, eventos desportivos, festivais de música, entre outros, sendo neste momento uma atividade em grande expansão, não só a nível nacional como internacional.

De acordo com Tenan (2002), a Classificação Internacional das Atividades Turísticas, aprovada pela Comissão de Estatística das Nações Unidas, reconhece seis motivações para cada visita turística:

- Lazer;
- Visita a familiares e amigos;
- Tratamentos ao nível da saúde;
- Religião e peregrinação;
- Negócios e motivos profissionais;
- Outros motivos.

De acordo com Ignarra (1999), muitas vezes a viagem é fruto de mais do que uma motivação. Segundo o autor, quando uma família faz uma viagem, normalmente a motivação do pai são os negócios ou motivos de trabalho, a da mãe é as compras e a dos filhos o lazer.

Uma grande parte das viagens em trabalho incluem eventos e as viagens para participar em eventos são normalmente de caráter profissional. No entanto, turismo de negócios não é sinónimo de turismo de eventos.

De acordo com Britto e Fontes (2002) este é o segmento do turismo que cuida dos vários tipos de eventos que se realizam dentro de um universo amplo e diversificado.

A realização desses eventos proporciona aos profissionais de uma mesma área a troca de informações, o debate de novas ideias, a atualização de novas tecnologias, o lançamento de um novo produto (cultural, histórico, social, industrial, comercial), que se constituem no melhor desempenho do grupo de interesse em questão.

O processo que provem da promoção dos eventos irá contribuir para a utilização dos equipamentos e serviços turísticos das regiões promotoras dos mesmos, assim como a divulgação das diversas valências tanto a nível comercial, como em outras áreas de interesse ao nível cultural e desportivo.

O segmento de turismo de eventos é a solução para a crescente necessidade de se ampliar o setor da hotelaria, catering, venda do produto e transporte, frente à expansão do volume de negócios desenvolvidos no mix de eventos.

O Turismo de Eventos surge com a finalidade de planear e organizar, de forma a transmitir uma imagem característica aos locais cujo potencial de interesse reside no fluxo nacional e internacional de negócios.

3.7.2. DEFINIÇÃO DE EVENTOS

De acordo com Andrade (2002), os eventos constituem uma parte muito significativa de composição do produto turístico, atendendo às exigências do mercado em matéria de animação, lazer, conhecimento, repouso e de outras motivações.

Podem apresentar, quando identificados com o espaço onde se realizam, uma valorização dos conteúdos locais, e um motivo de atração. Mas também podem ser constituídos por iniciativas fundamentais somente para um determinado cenário, tendo em atenção as exigências do mercado consumidor.

Podemos definir como evento o fenómeno multiplicador que fomenta o negócio, devido ao seu potencial de gerar novos fluxos de turistas, ou ainda evento é todo o fenómeno capaz de alterar os fatores determinantes da economia. Podemos afirmar que existe grande complexidade e heterogeneidade no campo do Turismo de Eventos (Cohen, 1979).

Todas as definições têm algo em comum, mas é importante ter em mente que a criação de um evento implica, principalmente, o aproveitamento das características originais do local, tendo em atenção que o objetivo não é apenas agradar ao público-alvo, mas também promover o negócio na localidade recetora, divulgar o turismo local e gerar uma cadeia produtiva ao seu redor.

3.7.3. CLASSIFICAÇÃO DOS EVENTOS

Segundo Britto e Fontes (2002) podemos classificar os eventos da seguinte forma:

- Categoria;
- Área de interesse;
- Localização;
- Características estruturais;
- Tipologia.

Ainda de acordo com Britto e Fontes (2002), quanto à categoria, os eventos classificam-se em:

- **Institucional**, quando visam criar ou afirmar o conceito e a imagem de uma empresa, entidade, governo ou pessoa;
- **Promocional**, quando o objetivo é a promoção de um produto ou serviço de uma empresa, de um governo, entidade, pessoa ou local (no caso do turismo), em apoio ao marketing, visando portanto o negócio.

Esta classificação permite ao organizador de eventos definir e captar o público-alvo, real e potencial.

Quanto à área de interesse, dimensão, periodicidade, perfil dos participantes e tipologia, segundo Britto e Fontes (2002), temos as seguintes classificações:

Área de Interesse:

- Artística;
- Científica;
- Cultural;
- Educacional;
- Cívica;
- Política;
- Empresarial
- Lazer;
- Social;
- Desportiva;
- Religiosa;
- Beneficente;
- Turística.

Quanto à dimensão:

- **Pequeno** – evento com máximo de 200 participantes
- **Médio** – evento entre 200 e 500 participantes
- **Grande** – evento com mais de 500 participantes

Periodicidade:

- **Fixo** – a data de realização do evento é invariável, de acordo com as comemorações cívicas, religiosas e outras. Realizam-se anualmente no mesmo dia (ex.: comemorações do 25 de Abril);
- **Móvel** – evento que se realiza sempre, porem em data variável, segundo o calendário ou outros interesses da organização (ex.: Festival Musicas do Mundo);
- **Esporádico** – realiza temporariamente e acontece em função de datas extraordinárias, porem previstas e programadas (ex.: Gala dos Campeões).

Quanto ao perfil dos participantes:

- **Geral** – evento organizado para o público em geral, podendo ter algumas restrições (ex: idade/discoteca);
- **Dirigido** – evento restrito a um determinado público e tema (ex: colecionadores, comerciantes);
- **Específico** – evento realizado para o público claramente definido pelo interesse sobre determinado assunto (ex: congressos médicos).

Relativamente à tipologia:

- Exposições;
- Eventos técnicos e científicos;
- Eventos de conveniência;
- Cerimónias;
- Eventos desportivos;
- Inaugurações;
- Lançamentos
- Desfiles;
- Leilões;
- Dias específicos.

3.7.4. OS EVENTOS E O TURISMO

Para Kotler e Rein (1995), o turismo baseado em eventos tornou-se numa componente fundamental dos programas turísticos locais de pequena dimensão, permitindo a associação do nome do evento ao local onde se realiza (ex: Festival de Vilar de Mouros).

Para Tomazzoni (2003), o desenvolvimento do binómio evento-turismo, numa economia de mercado aberto, só se torna possível num ambiente favorável ao empreendedorismo, no qual se devem conjugar diversos fatores culturais, tecnológicos, políticos e económicos.

Um dos principais imperativos na gestão de eventos é a inovação, tendo sempre em atenção o seu ciclo de vida, de acordo com o planeamento e com o seu enquadramento e com os objetivos a atingir junto da comunidade local.

Para Britto e Fontes (2002), as atividades sociais, turísticas e de lazer poderão fazer parte de uma programação elaborada com o objetivo de ocupar convidados e participantes, ao mesmo tempo que se promove a cidade e a sua oferta turística.

Desta forma podemos considerar que as cidades onde se organizam os eventos devem oferecer atrativos e possuir uma oferta turística capaz de responder positivamente ao desejo dos visitantes.

3.7.5. OS EVENTOS E A SAZONALIDADE

A sazonalidade é um dos principais problemas do turismo. No período da temporada alta (Julho, Agosto, Setembro), existe uma saturação de tráfego nas estradas, dificuldades no abastecimento de água, aumento da poluição da água do mar, do ruído, dificuldade de acesso à restauração, entre outros problemas. Ao contrário, no período de temporada baixa, existem muitos restaurantes e outros espaços comerciais que encerram devido à falta de clientes, o que se traduz em desemprego para a população local.

A sazonalidade tem maior peso no litoral, devido à procura que se faz sentir nos meses de Julho a Setembro. Mesmo com a oferta de preços mais baixos para alojamento e alimentação, não se consegue inverter esta situação, inclusive sob a forma de promoções quando o clima neste período do ano oferece temperaturas elevadas, como tem acontecido na Primavera e no Outono dos últimos anos.

É necessária uma estratégia para reduzir a sazonalidade, oferecendo outros atrativos (cultura, desporto, passeios turísticos...), capazes de complementar o objetivo principal que leve os visitantes a determinado local para passar férias.

Os eventos permitem mobilizar toda uma cidade e/ou região, criando as Autarquias ou outras entidades as infraestruturas necessárias para que se promovam eventos de qualidade e que sejam do agrado dos visitantes, sendo o objetivo principal da sua deslocação, e contribuindo para o aumento da ocupação hoteleira, da procura da restauração, e por inerência, do comércio local.

O turismo de eventos é também conhecido pelo turismo de temporada baixa, o que não se verifica em Sines, onde os principais eventos são realizados na temporada alta, originando uma acentuação ainda maior da sazonalidade em todo o Concelho.

3.8. TURISMO

O turismo é, sem dúvida, a maior indústria mundial, geradora de benefícios crescentes (Pereira, 2006).

A seguir apresentam-se alguns dados referentes ao ano de 2010 e 2011 que comprovam a importância do turismo na economia do país:

- O turismo representou cerca de 11% do PIB (Turismo de Portugal 2011);
- O Algarve, Lisboa e a Madeira concentram cerca de 71% das dormidas (INE – Instituto Nacional de Estatística, 2010);
- O Turismo de Portugal registou um crescimento de 5,9% no número de dormidas no Alentejo em relação a 2010, traduzindo-se no melhor ano de sempre;
- De acordo com dados do INE, em 2011 o Alentejo registou 1,241 milhões de dormidas, contra 1,173 milhões referentes a 2010, com estes números, o Alentejo apresenta o segundo melhor desempenho a nível nacional a seguir ao Algarve;

- Cerca de 12 em cada 100 portugueses fazem férias em Portugal, sendo o Algarve o principal destino (Marktest 2011);
- De acordo com os dados do Banco de Portugal, verificou-se um aumento de 12% nas receitas turísticas geradas pelos turistas estrangeiros, em linha com os objetivos do plano estratégico nacional de turismo, que consagra a necessidade de uma maior crescimento das receitas do que do número de turistas;
- Portugal é o 6º país da Europa com o alojamento mais barato (Lonely Planet In Best Travel 2011);
- França, Brasil, Reino Unido, Espanha, Holanda e Estados Unidos foram os mercados que mais contribuíram para o aumento das receitas (INE 2010);
- O aumento de 3,3% verificado nas dormidas de turistas estrangeiros compensou a redução ligeira das dormidas dos nacionais em - 0,4% (INE 2010).

De acordo com os dados do Banco de Portugal 2011, o turismo é hoje a principal atividade exportadora nacional, tendo representado em 2010 14% das exportações de bens e serviços e 43,3% das receitas das exportações de serviços.

3.8.1. TIPOS DE TURISMO

Podemos definir dois tipos de turismo, classificados da seguinte forma:

- a) Turismo interno – Também conhecido como turismo doméstico, pode ser local, regional ou nacional. Segundo Andrade (1998) turismo interno é o conjunto de atividades especializadas de natureza turística acionada de modo parcial ou pleno, por habitantes de determinado país que viajam, se hospedam e usufruem de serviços específicos, sem deixar o território nacional.
- b) Turismo externo – o turista sai do seu território de origem em busca de outros centros recetores. Segundo Andrade (1998) turismo externo é o conjunto de atividades turísticas exercidas por cidadãos que ultrapassam ou viajam para além do território do país da sua residência em direção a um ou mais países recetivos, onde temporariamente consomem bens e serviços no atendimento das suas necessidades ou conveniências. Também é chamado turismo ativo.

3.8.2. TURISMO – UM MERCADO DE OPORTUNIDADES E DESAFIOS

Harrison-Hill e Challip (2005) dizem-nos que qualquer produto ou serviço deve ser concebido, desenhado e entregue de acordo com a necessidade do mercado alvo em mente. O desafio é criar experiências nas atrações que realizam as necessidades e desejos dos turistas.

Pode-se afirmar que todo o serviço tem de ser pensado, organizado e estruturado em função do consumidor.

Harrison-Hill e Challip (2005) referem que alguns destinos têm ajudado a popularizar o desporto mas o desporto também é usado para promover o destino.

O PENT – Plano Estratégico Nacional do Turismo (2011) refere que Portugal dispõe de matérias-primas – clima, recursos naturais e culturais, capazes de desenvolver dez produtos estratégicos:

- Sol e mar
- Touring cultural e paisagístico
- City break
- Turismo de negócios
- Turismo de natureza
- Turismo náutico
- Saúde e bem-estar
- Golf
- Resorts integrados e turismo residencial
- Gastronomia e vinhos

3.8.3. DESTINO TURÍSTICO

Para se entender a definição de destinos turísticos é necessário considerar diferentes contextos: ambientais, sociais e económicos. (Cooper, 1998)

Segundo Goeldner e Ritchie (2003) o sucesso de um destino turístico é determinado pela capacidade em reunir, interpretar, a informação de uma forma efetiva. A informação pode ser de diversos tipos: informação referente aos mercados potenciais para o turismo, que é essencial para o planeamento e desenvolvimento e marketing das áreas de destino; informação ao nível do grau de satisfação dos turistas atuais com o objetivo de analisar a qualidade das suas visitas no que se refere à funcionalidade e performance dos destinos, de forma a

aumentar a satisfação da sua experiência, e ainda a opinião dos residentes locais e a forma como encaram o turismo.

Os destinos turísticos são os elementos principais do sistema turístico. As características dos destinos podem ser classificadas em dois grupos principais (Laws, 1995), as características primárias, que incluem o clima, a ecologia, a cultura e a tradição, e as características secundárias, que são aquelas especialmente voltadas para o turismo, tais como hotéis, transportes e entretenimento. Estes dois grupos juntos contribuem para a atratividade de um destino turístico.

Chi e Qu (2008) consideram que os atributos de um destino turístico englobam 7 atividades turísticas sendo estas o alojamento, a alimentação, as refeições, as compras, as atrações, as atividades e eventos, o ambiente e a acessibilidade.

Segundo Ritchie e Crouch (2003), um destino pode ser diferenciado através de cinco dimensões, competitividade económica, política, tecnológica, ambiental e sócio cultural. Além disso enfatizam que a competição sócio cultural é mantida simplesmente por “oferecer uma experiência de visita que não se pode encontrar em nenhum outro local relativamente às atividades que podem participar nesse destino”. Assim cada indivíduo interpreta a sua experiência de maneira diferente e essa experiência cria uma imagem duradora após a visita.

Leiper (1995) define destino turístico como o lugar para onde o consumidor escolhe viajar com o objetivo de experimentar um conjunto de atributos existentes no destino.

Por seu lado, Buhalis (2000) considera como destino turístico o conjunto de produtos turísticos que são oferecidos e que permitem a experimentação por parte dos consumidores.

O marketing de um destino deve balancear os objetivos estratégicos dos *stakeholders* como forma de sustentabilidade dos recursos locais (Buhalis, 2000).

Um destino necessita de diferenciar produtos e de desenvolver parcerias entre o setor público e o setor privado local. Outra ideia de Buhalis (2000) é a de se retirar vantagens das novas tecnologias e da internet, pois podem capacitar os destinos para melhorar a sua competitividade, com o aumento da visibilidade, redução de custos e melhoria da cooperação local. O desenvolvimento do *marketing mix* para um destino depende de cada local, do *target* a atingir e do ambiente externo (Buhalis, 2000).

3.8.4. MARKETING TURÍSTICO

O marketing turístico apresenta-se com múltiplas definições. Para Aragay e Grande (1978) o marketing turístico é o conjunto dinâmico das atividades necessárias para a criação e

distribuição dos bens, produtos e serviços turísticos com a finalidade de os colocar à disposição do consumidor ou do utilizador para satisfazer as suas necessidades. Para Middleton (2002) o marketing turístico enfrenta algumas dificuldades:

- Dificuldade na avaliação do grau de satisfação do cliente;
- Dificuldade de manutenção da qualidade dos serviços;
- Impossibilidade de controlar os vários canais de distribuição, no caso dos destinos turísticos;
- Dificuldade na manutenção da fidelização do cliente;
- Dificuldade na preparação e manutenção de ações promocionais;
- Sazonalidade.

3.9. MARKETING TERRITORIAL

Trata-se de um conceito recente no contexto do Plano Estratégico.

O Marketing Territorial não incide na promoção/venda do território mas centra-se no seu desenvolvimento. De facto, tal como as empresas, os territórios também estão no mercado.

A comunicação é muito importante na divulgação do planeamento estratégico de marketing e na sua promoção. Antes de o comunicar, primeiro pensa-se o território em todas as suas componentes, numa lógica de competitividade.

O Marketing Territorial, em traços gerais, compreende:

- Desenvolvimento sustentável;
- Competitividade;
- Promoção.

Os objetivos do Marketing Territorial devem ter em vista o desenvolvimento económico e social, bem como a visão dos agentes desse território. É um marketing direcionado para cuidar e desenvolver os atributos naturais de uma área ou região.

Intervenções sobre o território são projetos inovadores, como grandes eventos. A promoção do comércio tradicional de uma cidade, vila ou local, é um exemplo de uma campanha de marketing territorial, em que os parceiros trabalham em conjunto na divulgação do seu comércio, eventos, etc., promovendo animação de rua, concursos, eventos que atraiam público, entre outras iniciativas (Ferreira M. R., 2008).

3.10. DESPORTO

Gillet, Bernard (1949) diz-nos que o desporto é uma atividade física intensa, submetida a regras precisas e preparada para um treino físico e metódico. No entanto, Hulzinga (1951) refere que fazer desporto é uma atividade de ocupação voluntária, executada dentro de determinados limites de tempo e de lugar, de acordo com regras aceites mas absolutamente obrigatórias tendo o seu objetivo em si próprio, e sendo acompanhado por um sentimento de tensão, alegria e consciência.

Pires, G. (2003) afirma que o desporto é um jogo que acontece; um jogo institucionalizado; uma instituição social; uma categoria de envolvimento social.

3.10.1. DESPORTO E TURISMO

Segundo Carvalho (2008), desporto e turismo tiveram origem na revolução industrial, sofrendo uma evolução individualizada mas mantendo sempre um paralelismo, fundamentado em quatro fatores que se mostram fundamentais para a relevância que estes dois fenómenos representam na sociedade atual. Pigeassou, C. (2004) chama a esta interação turismo desportivo.

Kurtzman e Zauhar (2003) relatam que o desporto é visto como o maior fenómeno social do mundo e que se prevê que o turismo venha a ser a maior indústria económica do próximo século, sendo que os pontos de contacto entre desporto e turismo têm aumentado drasticamente.

3.10.2. TURISMO DESPORTIVO

Gibson, H. J. (1998) e Kurtzman e Zauhar (2003) afirmam que o turismo desportivo nasceu para preencher a necessidade de uma descrição mais detalhada do desporto praticado em viagens de lazer.

Pigeassou, C. (2004) refere que o turismo desportivo nos dias de hoje atingiu um estado de emancipação e autonomia que o separa do campo quer do desporto quer do turismo.

Por seu lado, Getz (2003) diz que os eventos são a maior componente do turismo desportivo e talvez a mais significativa em termos de números de turismo e impacto económico.

Já Gibson, H. J. (1998) afirma que existem três evidentes categorias de turismo desportivo: o turismo desportivo ativo, os eventos de turismo desportivo e o turismo desportivo nostálgico.

No Turismo Desportivo o turista vem com intenção de praticar desporto por lazer ou por treino sem a intenção de competir, num local onde a disponibilidade física se caracteriza como permanente (Goidanich & Moletta, 1998).

É preciso que o Turismo, o Desporto e o meio ambiente direcionem os seus esforços em busca de um ponto de equilíbrio, a fim de que os recursos de atratividade não sejam degradados (Wearing & Neil, 2001).

O Turismo aliado à prática desportiva pode proporcionar uma mudança radical no estilo de vida das pessoas que até então não praticavam desporto (Balderramas, 1999).

3.10.3. TIPOS DE TURISMO DESPORTIVO

De acordo com Lourenço e Carvalho (2008) o Turismo Desportivo divide-se em dois tipos:

- Turismo de Prática Desportiva
 - Turismo de Eventos Desportivos
- **O Turismo de Prática Desportiva** tem como objetivo principal a prática de uma determinada atividade desportiva (ex.: participação no Campeonato Nacional de Surf)
 - **O Turismo de Eventos Desportivos** tem como objetivo principal assistir a um determinado evento (ex.: Campeonato Nacional de Surf)

Há que distinguir entre Turismo de Prática Desportiva, que é aquele que é praticado pelos próprios turistas e o Turismo de Espetáculo Desportivo que é a atividade de espetáculo público em que os turistas participam como espectadores (Hulzinga 1951).

O turista praticante desportivo pode definir-se como aquele turista que durante a sua viagem, pratica uma qualquer atividade desportiva, independentemente da motivação principal da viagem (Robinson & Gammon, 2003).

Muitas das unidades hoteleiras têm vindo a especializar-se na apresentação aos seus clientes de atividades desportivas menos habituais, satisfazendo novos nichos de mercado, e que estão dispostos a dispor de verbas importantes por momentos de prática desportiva menos convencional (Sarmiento, 2008).

3.10.4. TURISTA PRATICANTE DESPORTIVO

Gibson, H. J. (1998) conseguiu traçar um perfil genérico do turista desportivo ativo:

- Maior probabilidade de ser do sexo masculino;
- Frequentemente individual;
- Formação superior;
- Disposto a percorrer longas distâncias para participar nos seus desportos favoritos;
- Probabilidade de se envolver em turismo desportivo durante a sua estadia;
- Tende a repetir uma atividade, ou seja não fazer umas férias on/off

No entanto, Carvalho (2008) considera que existem dois tipos de turistas praticantes desportivos:

Entusiasta – será o turista que se desloca para qualquer destino tendo como motivação principal a prática de uma atividade desportiva específica

Esporádico – será o turista que pratica qualquer atividade desportiva durante a sua viagem, mas em que a prática desportiva não é a motivação principal.

3.11. SAZONALIDADE

Muitos fatores podem condicionar a falta de turistas. Segundo Dencker (1998) podem ser fatores demográficos, sociológicos, económicos, turísticos e a sazonalidade.

Para Ruschmann (1995) a sazonalidade turística é decorrente da concentração das atividades turísticas no espaço e no tempo.

A ocorrência da sazonalidade turística, de acordo com Mota (2001) produz consequências em diversos níveis: gera desemprego, desaparecimento de microempresas, diminuição de receitas das empresas ligadas ao ramo turístico, altera preços, modifica a política promocional do produto turístico, exige maior flexibilidade administrativa.

A sazonalidade é algo muito mais complexa, e o seu estudo pode identificar os seus impactos, os seus problemas e racionalizar soluções cabíveis em cada situação ou comunidade recetora (Silveira 2010).

É do conhecimento comum que a localização geográfica e o clima têm uma parte de influência sobre a falta de turistas. É por esses fatores que uma parte do território costeiro do Brasil, tal como muitos outros destinos em áreas periféricas, sofre a influência da sazonalidade turística. Uma condição que leva à criação de economias de turismo sazonal, notadamente nas localidades costeiras do sul do país (Silveira 2010).

3.11.1. DEFINIÇÃO DE SAZONALIDADE

Recentemente a definição mais referenciada é a de Butler (1994) que apresenta a sazonalidade como um desequilíbrio temporal no fenómeno turístico, que pode ser expresso em termos de dimensões tais como: número de visitantes, despesa dos visitantes, tráfego em autoestradas e outras formas de transporte, emprego e entradas em eventos.

De acordo com Laje e Milone (1998) a existência de sazonalidade devido à falta de turistas num determinado espaço temporal prejudica a oferta turística, o que se torna num problema sério para o seu desenvolvimento.

3.11.2. PADRÕES DE SAZONALIDADE

De acordo com Ruiz e Armand (1997) a sazonalidade pode apresentar três padrões diferenciados:

Um pico, quando o padrão sazonal da procura numa região geradora corresponde ao padrão sazonal da atratividade do destino, como acontece, por exemplo, em certas zonas do mediterrâneo, onde o movimento do verão é substancialmente maior que o do inverno;

Dois picos, compostos por duas estações principais, uma maior de Verão e outra menor no Inverno, são típicos de certas regiões montanhosas que atraem turistas de Verão e adeptos dos desportos de Inverno;

Sem picos, são exemplificados destinos como Singapura e Hong Kong, que embora o facto de as visitas ser efetuadas por variações sazonais, a procura é proveniente de diversas regiões.

3.11.3. CAUSAS DA SAZONALIDADE

Existem diversas categorias de causas de sazonalidade de acordo com diversos autores conforme quadro de classificação das causas de sazonalidade no turismo (Koenig & Bischoff, 2005)

Quadro 1 - Classificação das Causas da Sazonalidade no Turismo

Autor	Categorias de Causas da Sazonalidade
Baron (1975)	Sazonalidade natural, institucional, efeitos dos diversos calendários, causas sociológicas e económicas
Hartmann (1986)	Sazonalidade natural e institucional
Butler (1994)	Sazonalidade natural, institucional, pressão social e moda, estações desportivas, tradição e inércia
Butler e Mão (1996)	Fatores físicos e socioculturais nas áreas turísticas de origem e destino
Frechtling (2001)	Clima, costumes sociais/férias, costumes profissionais, efeitos dos diversos calendários
Baum e Hagen (1999)	Tal como Frechtling (2001), mas adicionando os constrangimentos da oferta

Fonte: Koenig Lewis e Bischoff (2005) e Almeida, Kastenholz, (2009)

De acordo com o quadro acima, podemos dizer que duas categorias merecem mais consenso: a sazonalidade natural e a institucional. Ainda se pode agrupar uma terceira categoria de acordo com aspetos motivacionais a que chamamos sazonalidade comportamental.

- Sazonalidade Natural - engloba mais fatores que estão relacionados de forma direta com o clima e as suas variações regulares ao longo do ano (temperatura, pluviosidade, queda de neve, etc. (Almeida & Kastenholz, 2009).
- Sazonalidade Institucional - de acordo com Butler (1999) as flutuações de procura turística explicadas por fatores de carácter institucional, ou seja, aqueles que se referem as opções e decisões humanas de carácter social e profissional e que estão normalmente enraizadas em costumes, tradições e até mesmo em legislação.
- Sazonalidade Comportamental - segundo Butler (2001) Em muitas sociedades as elites privilegiadas que normalmente se constituem com líderes de opinião, alimentaram desde cedo a tradição de dividir o ano em temporadas específicas nas quais é considerado socialmente necessário participar em atividades selecionadas em certos locais, convertendo-se numa moda a seguir.

3.11.4. IMPACTOS DA SAZONALIDADE

Estes impactos são muito danosos, pois trabalha-se em excesso para receber os turistas na época alta (Verão) e durante o resto do ano verifica-se uma quebra acentuada da atividade, provocando problemas sociais e económicos.

Souza (2000) define sazonalidade como a época de temporada ou de alta estação mais aprazível do ano.

Viceconti (2000) refere que o fenómeno da sazonalidade pode ser explicado pelo conceito da circulação de pessoas, onde as variações de preço de um determinado produto podem levar o consumidor a trocar este último por outro equivalente que seja mais barato, dependendo ainda de uma série de fatores que são definidos pela área da economia.

3.11.5. MEDIDAS DE COMBATE À SAZONALIDADE

Fuster (1989) refere que os organismos e empresas turísticas pretendem ampliar a estação recetora e aumentar a chegada de turistas na época baixa *off season*.

Higman e Hinch (2002) referem que a grande maioria dos destinos turísticos são caracterizados pelas flutuações no turismo ao longo do ano. A sazonalidade normalmente exibe um pico nos meses de Verão e as flutuações dos visitantes são universalmente vistas como um problema para a indústria do turismo, que gasta mais tempo e dinheiro em esforços para desenvolver e implementar estratégias de combate à sazonalidade da procura.

Lim e McAllen (2001) reconhecem o esforço que tem sido feito, tanto pelo setor público como pelo privado, para reduzir a sazonalidade nos destinos turísticos, maximizando a eficiência operacional das facilidades turísticas e das infraestruturas.

CAPÍTULO IV – ENQUADRAMENTO – O CONCELHO DE SINES

4.1. CAPACIDADE DE ALOJAMENTO NO CONCELHO DE SINES

O número de estabelecimentos e de camas no Concelho de Sines, registou nos últimos anos, um aumento ligeiro, excetuando o ano 2009, que com a entrada em vigor da nova lei da classificação hoteleira perdeu 2 estabelecimentos, e por consequência também o número de camas diminuiu.

Se analisarmos os dados referentes aos restantes concelhos do Litoral Alentejano, nossos concorrentes diretos, verificamos que em todos eles o número de camas é superior e a qualidade dos equipamentos também, o mesmo se passa em relação ao Alentejo, como se pode verificar pelo quadro 2.

Apesar da procura de alojamento ter vindo a aumentar devido ao trabalho sazonal, a capacidade de alojamento não cresceu devido à falta de investimento no setor hoteleiro que se tem verificado devido à situação económica do país, e também ao elevado valor dos terrenos para construção no Concelho de Sines.

O que tem vindo a acontecer é que a capacidade hoteleira está por norma ocupada na totalidade, inclusive no concelho de Santiago do Cacém, afastando os turistas de pernoitarem no Concelho de Sines, o que para a economia local não é positivo.

Quadro 2 - Estabelecimentos e Capacidade de Alojamento em Portugal, por comparação com o Alentejo, Alentejo Litoral e o Concelho de Sines em 31/07/2009

Estabelecimentos					Capacidade de Alojamento			
Nº					Nº			
	Total	Hotéis	Pensões	Outros	Total	Hotéis	Pensões	Outros
Portugal	1 988	681	804	503	273 804	141 575	38 519	93 710
Alentejo	153	38	79	36	10 591	4 355	3 314	2 922
Litoral Alentejano	42	4	23	15	3 211	481	1 030	1 700
Sines	8	0	5	3	578	0	218	360

Fonte: INE IP, informação disponível até 30 de Setembro de 2010

4.2. NÚMERO DE DORMIDAS E DE HÓSPEDES NO CONCELHO DE SINES

Nos quadros seguintes referentes ao mesmo período 2009, podemos verificar, para além do número de dormidas (quadro 3), a origem dos visitantes, segundo o país de residência habitual (quadro 4).

Como se pode verificar, relativamente aos cidadãos estrangeiros, são os oriundos da EU 15 (países que aderiram à CEE até 2004), os que se apresentam em maior número, seguidos dos cidadãos espanhóis, devido à proximidade geográfica e também devido ao facto de algumas empresas espanholas procederem à manutenção dos equipamentos das várias empresas industriais de maior porte (Petrogal, Repsol, EDP...).

Através da análise do quadro 3, verificamos que o número de dormidas é bastante superior ao número de hóspedes, o que indica a sua permanência nos alojamentos por mais do que uma noite.

Quadro 3 - Dormidas e Hóspedes nos Estabelecimentos em Portugal, por comparação com o Alentejo, Alentejo Litoral e o Concelho de Sines, 2009

	Dormidas				Hóspedes			
	Total	Hotéis	Pensões	Outros	Total	Hotéis	Pensões	Outros
Portugal	36457 069	20384 570	3 477 377	12 595 122	12 927 90	8 358 392	1 563 641	3005874
Alentejo	1 104 315	545 376	262 185	296 754	655 386	344 945	159 308	151 133
Litoral Alentejano	277 538	57 008	70 305	150 225	122 468	25 969	37 404	59 095
Sines	60 191	0	26 743	0

Fonte: INE IP, informação disponível até 30 de Setembro de 2010.

Nota: Os dados apresentados abrangem os estabelecimentos classificados no Turismo de Portugal, I.P. A rubrica Outros engloba os hotéis-apartamentos, os apartamentos turísticos, os motéis, as pousadas e as estalagens.

Quadro 4 - Dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros em Portugal, no Alentejo, no Alentejo Litoral e no Concelho de Sines Segundo o País de Residência Habitual

	Portugal	Alentejo	A. Litoral	Sines
Total Geral	36.457.069	1.104.315	277.538	60.191
Total EU 15	32.649.840	1.037.035	268.240	55.593
Portugal	13.242.692	837.684	233.053	42.619
Alemanha	3.341.911	25.011	5.131	1.375
Espanha	3.203.770	72.785	13.819	6.849
França	1.595.447	29.362	3.654	988
R. Unido	5.669.681	16.531	3.913	1.364
Itália	803.211	13.842	1.904	904

Fonte: INE IP, informação disponível até 30 de Setembro de 2010

4.3. INDICADORES DE HOTELARIA NO MUNICÍPIO DE SINES

Pela análise do quadro abaixo, referente a 2009, podemos comprovar a existência da sazonalidade, a ocupação das unidades hoteleiras que se verificou nos meses de Julho a Setembro é bastante superior à que se verificou nos restantes meses do ano, não sendo mais acentuada devido ao grande desenvolvimento industrial que se tem verificado no concelho, e aos trabalhadores oriundos de diversos pontos do país e do estrangeiro que pontualmente exercem funções nas diversas empresas existentes.

Quadro 5 - Indicadores de Hotelaria em Portugal, no Alentejo, no Alentejo Litoral e no Concelho de Sines, 2009

	Estadia média hóspedes estrangeiros	Capacidade de alojam por 1000 habitantes	Hóspedes por habitante	Proporção de hóspedes estrangeiros	Proporção de dormidas entre Julho-Setembro	Dormidas em estabelecimentos hoteleiros por 100 habitantes
	Nº de noites	Nº		%	Nº	
Portugal	3,6	25,7	1,2	50,1	37,5	342,5
Alentejo	1,7	14,1	0,9	24,1	36,2	146,6
Alentejo Litoral	2,3	33,8	1,3	15,9	47,3	292,4
Sines	2,3	42,2	2,0	28,2	39,6	439,6

Fonte: INE IP, informação disponível até 30 de Setembro de 2010

De acordo com o já demonstrado anteriormente através dos quadros tendo como fonte o INE, pode-se confirmar através do quadro seguinte que o Concelho de Sines tem uma ocupação pelo número de noites superior ao Alentejo, assim como a taxa de ocupação, devido aos fatores já indicados, como seja o trabalho sazonal, equiparando-se o Litoral Alentejano devido à falta de camas que existe no Concelho, o que origina o deslocar dos hóspedes para os Concelhos limítrofes.

Quadro 6 - Indicadores de Hotelaria em Portugal, no Alentejo, Alentejo Litoral e no Concelho de Sines, 2009

Estadia Média nos Estabelecimentos					Taxa de Ocupação – Cama (liquida)			
Nº de Noites					%			
	Total	Hotéis	Pensões	Outros	Total	Hotéis	Pensões	Outros
Portugal	2,8	2,4	2,2	4,2	38,3	40,5	26,5	39,7
Alentejo	1,7	1,6	...	2,0	29,3	35,4	19,8	33,9
Litoral Alentejano	2,3	...	1,9	...	26,3	31,2	19,9	28,9
Sines	2,3	0,0	28,9	#

Fonte: INE IP, informação disponível até 30 de Setembro de 2010

Para reforçar o acima exposto, o quadro abaixo demonstra através do número de visitas ao Posto de Turismo de Sines, que os meses de Julho, Agosto e Setembro têm um número de visitantes bastante acentuado, por comparação aos restantes meses do ano, indicando a existência da sazonalidade.

Quadro 7 - Número de Visitantes do Posto de Turismo de Sines em 2011

Posto de Informação Turística de Sines	
Contagem de visitantes – Ano 2010	
Mês	Número de visitantes
Janeiro	316
Fevereiro	560
Março	715
Abril	753
Maio	792
Junho	1.150
Julho	4.251
Agosto	2.532
Setembro	1.332
Outubro	1.023
Novembro	470
Dezembro	441
Total anual de visitantes:	14.335

Fonte: Câmara Municipal de Sines

4.4.TAXA DE SAZONALIDADE

Segundo Cunha (2003) para avaliar a sazonalidade, num país ou numa região, relaciona-se o número de turistas ou de dormidas ocorridas nos meses de maior fluxo, com o total de entradas ou dormidas verificadas durante todo o ano, nesse país ou região, de acordo com a seguinte fórmula:

$$TS = \left(\frac{EV}{ET} \right) \times 100$$

Em que:

TS - Taxa de Sazonalidade

EV- Entradas nos três meses de maior concentração

ET- Entradas totais no ano

4.5. SAZONALIDADE MEDIDA PELO NÚMERO DE HÓSPEDES

Ao relacionarmos o número de hóspedes no Concelho de Sines nos meses de Julho, Agosto e Setembro com o total do ano, obtêm-se os dados constantes no quadro seguinte:

Quadro 8 - Taxa de Sazonalidade calculada pelo Número de Hóspedes de 2006 a 2009

	2006	2007	2008	2009
Total	36,9	39,8	41	39,6

Fonte: Elaboração própria

A taxa de sazonalidade cresceu de 2006 a 2008, verificando-se uma ligeira quebra em 2009, a qual pode ser explicada pelo trabalho pontual realizado por trabalhadores especializados vindos do exterior.

4.6. ÍNDICE DE AMPLITUDE SAZONAL

De acordo com Cunha (2003), uma outra medida da distribuição anual dos movimentos turísticos pode ser fornecida pelo índice de amplitude sazonal, que mede as variações dos fluxos entre o Verão e o Inverno, através da sua relação.

Quadro 9 - Índice de Amplitude Sazonal calculado pelo Número de Hospedes de 2006 a 2009

	2006	2007	2008	2009
Total	1,76	1,98	2,10	1,96

Fonte: Elaboração própria

O índice de amplitude sazonal apresenta uma tendência para aumentar entre 2006 e 2008, seguido de um ligeiro decréscimo em 2009, que pode ter sido devido às necessidades pontuais de mão de obra ao nível industrial, e não ao turismo ou aos eventos realizados.

4.7. CARACTERIZAÇÃO DO CONCELHO DE SINES

O Concelho de Sines encontra-se localizado na Região Alentejo e na sub-região Alentejo Litoral, dista 163km de Lisboa, 130km de Setúbal, 167 km de Faro, 223 km de Badajoz e 351

km de Sevilha. A sua área limítrofe encontra-se confinada a Norte e Este com o Concelho de Santiago do Cacém, a Sul com o Concelho de Odemira e a Oeste com o Oceano Atlântico.

O Concelho de Sines é composto por duas freguesias; Sines e Porto Covo, ambas situadas à beira mar. Possui uma área total de 200,95 km² e 14.238 habitantes, de acordo com o censo de 2011.

Sines é uma freguesia urbana, com uma área de 150,81 km² e 13.200 habitantes. Por seu lado, Porto Covo é uma freguesia rural, com uma área total de 50,14 km² e uma população de 1.038 habitantes.

É de salientar que devido ao seu caráter industrial, Sines possui uma percentagem significativa de população flutuante ao longo do ano, o que influencia a economia do Concelho.

No que respeita ao género da população residente, verifica-se que ambos os sexos se encontram distribuídos de forma equitativa, sendo 49,37% do sexo masculino e 51,63% do sexo feminino (Censos de 2011). ()

Pela comparação entre os resultados do censo de 1991 com os do censo de 2011, verificamos que a população do Concelho de Sines teve um aumento na ordem dos 10%, sendo o único Concelho do Alentejo a verificar um aumento tão significativo e dos poucos a ter crescimento populacional, pois na média do Alentejo houve um decréscimo do número de habitantes.

O Concelho de Sines tem uma grande capacidade de atração de imigração e turistas no período de Verão (Julho a Setembro), o que faz crescer a população presente em cerca de 8.000 habitantes flutuantes. De referir que o crescimento demográfico é uma realidade, diretamente relacionada com a dinâmica populacional introduzida no Concelho pelo complexo industrial.

A nível de morfologia, o Concelho divide-se em três grandes unidades: a planície, a escarpa oriental e o relevo residual do maciço vulcânico de Sines. São também relevantes a costa arenosa norte, o cabo de Sines e a costa rochosa sul.

O clima do Concelho tem um caráter mediterrânico acentuado, que a influência atlântica modera em alguns aspetos. A temperatura média no Verão é de 25° e no Inverno de 16°.

Sines é hoje um polo de desenvolvimento regional e nacional, e instrumento de ordenamento do território, encontrando-se no Concelho uma das maiores marinas oceânicas de águas profundas do país e do mundo. É um Concelho predominantemente industrial, embora ainda possua algumas características do passado, nomeadamente no que se refere à atividade piscatória, e é na freguesia de Porto Covo que a atividade turística é mais acentuada.

4.8. CONSIDERAÇÕES DE MARKETING TERRITORIAL NO CONCELHO DE SINES

Partindo do princípio que o desenvolvimento territorial envolve um processo de reflexão estratégica, planificação, ação e comunicação, o marketing territorial é um instrumento indispensável para uma visão mais objetiva e focalizada que promova o desenvolvimento interno e a afirmação externa. No processo de desenvolvimento de um território são consideradas duas perspetivas, uma baseada na atração e fixação da riqueza e outra na gestão de processos de comunicação e inter-relacionamento dos atores locais, ou seja, na participação e envolvimento das pessoas e das diversas entidades.

Considerando a integração destas duas perspetivas, não são apenas questões de infraestruturização do território que são relevantes, importa igualmente apostar num processo de comunicação interna motivadora e informativa que leve ao envolvimento dos agentes locais.

O Marketing Territorial do Concelho de Sines não pode ser um simples plano de marketing turístico. O território de Sines deve ser promovido, no plano nacional e internacional, junto de operadores e instituições que podem trazer para o Concelho novas atividades de alto valor acrescentado, quadros superiores, jovens empreendedores, trabalhadores qualificados, e no nosso caso específico equipas, desportistas e eventos que sejam uma mais-valia para o desenvolvimento turístico do Concelho.

Isto significa em termos concretos, que se pretende que Sines seja no futuro um Concelho com mais oferta desportiva, com mais eventos desportivos, com espaços desportivos de elevada qualidade, fáceis acessos, melhor e maior oferta de alojamento hoteleiro, no geral um Concelho onde o turismo de qualidade também o seja de quantidade para que a sazonalidade deixe de ser um problema para o desenvolvimento do Concelho.

Na verdade Sines não poderá continuar a passar a imagem para o exterior de ser uma cidade dominada pela indústria e pela má qualidade do ar, imagem esta que tem vindo a ser combatida há já alguns anos pela Autarquia.

É nesse sentido que Sines organiza o Festival Músicas do Mundo, o Festival de Gastronomia (tasquinhas), congressos, feiras, etc. No entanto, todos estes eventos são concentrados nos 3 meses de Verão, o que não contribui para a diminuição da sazonalidade. É necessário alargar a programação de qualidade, capaz de trazer mais visitantes a Sines, não só no período de Verão mas também nos restantes meses do ano.

Sendo o principal centro turístico do Concelho, é fundamental que a freguesia de Porto Covo se desenvolva e para isso é necessária a existência de infraestruturas que estão presentemente

a ser criadas: mais camas, novas instalações desportivas e para espetáculos, mais atividades culturais e desportivas ao longo do ano. No entanto, existe uma barreira difícil de ultrapassar que se prende com as dificuldades financeiras que se fazem sentir e que exigem que sejam encontradas soluções viáveis para que o concelho de Sines e a freguesia de Porto Covo se desenvolvam e que vão ao encontro de toda a população, dos comerciantes, empresários e das forças vivas que diariamente exigem mais qualidade de vida e melhores condições para o seu bem-estar e para quem nos visita.

Numa palavra, é por tudo isto que Sines hoje se dedica, em primeiro lugar, a atrair o turismo de qualidade e a conter um pouco o “turismo de massas” que só perdura no Verão e principalmente em Porto Covo. Em segundo lugar a associar ao turismo de qualidade também de forma a diminuir a sazonalidade, a afirmação das novas atividades de valor acrescentado a nível nacional e internacional, ligadas ao mar (pesca, vela, caça submarina, windsurf, etc.), e ao turismo de eventos desportivos e culturais (Festival Músicas do Mundo, gastronomia, campeonatos da Europa ou mundiais, etc..), que Sines pretende realizar.

4.9. EVENTOS DO CONCELHO DE SINES

Nos últimos doze anos, Sines tem vindo a criar as condições necessárias para a realização de eventos com grandeza e notoriedade, de forma a trazer ao Concelho muitos visitantes, contribuindo para que a economia local aumente o seu volume de negócios, e que se divulgue a Cidade e o Concelho a nível turístico.

O Festival Músicas do Mundo, o Festival Gastronómico “Tasquinhas”, o Carnaval de Sines, são os melhores exemplos entre outros que podemos mencionar, tanto a nível cultural como desportivo, dos milhares de turistas que nos visitam com um objetivo específico, e no período do ano já habitual em que se desenrolam estes eventos de muita notoriedade, não só a nível regional, como nacional e internacional.

No entanto, a conjuntura económica atual pode vir a originar um retrocesso em tudo o que já foi realizado, não só a nível de eventos culturais mas também nos desportivos, o que se vier a acontecer será um fator negativo.

Uma das grandes lacunas que os eventos de maior relevo ainda não conseguiram ultrapassar é a sazonalidade do turismo, em virtude de estarem concentrados no período de Verão, pois somente o Carnaval (e em 2012 sem tolerância de ponto...) e alguns eventos desportivos

trazem alguns milhares de visitantes fora da denominada época alta, o que é manifestamente insuficiente para diminuir a sazonalidade.

Devido às excelentes condições ao nível do clima, das infraestruturas culturais e desportivas existentes, e outras que se encontram em fase de construção, como a Cidade Desportiva e a ciclovia Sines/Porto Covo, as quais serão uma mais-valia para o progresso e desenvolvimento económico do Concelho ao longo do ano, e devido à existência do complexo industrial, do mar, do turismo desportivo (de eventos e de prática desportiva) e do turismo industrial, podemos afirmar que em breve o Concelho de Sines poderá vir a ter turismo durante todo o ano.

Em anexo (1) encontram-se as fichas dos eventos que se realizam no Concelho de Sines, sua caracterização e potencial, através das quais podemos justificar o que dissemos anteriormente, sobre a vasta oferta que atualmente está ao dispor não só da população residente, mas também dos milhares de pessoas que nos visitam, fundamentalmente nos meses de Verão.

Tendo por base o número de participantes internos e externos os eventos foram classificados de acordo com o grau de importância:

- **Regional** – de âmbito local
- **Média** – de âmbito local, e com o objetivo de abranger os concelhos limítrofes
- **Relevante** – de âmbito local, e com abrangência dos turistas nos meses de Verão
- **Elevada** – de nível nacional, e com abrangência dos turistas nos meses de Verão
- **Notoriedade** - de nível nacional e porventura internacional até 5000 participantes
- **Notoriedade elevada** – de nível nacional e internacional, acima dos 5000 participantes

Quanto ao potencial e crescimento, depende muito da evolução económica do país e da região e também da continuidade das parcerias com empresas como a Petrolgal, Repsol, EDP e outras empresas de menor dimensão que têm vindo a apoiar financeiramente os grandes eventos que se realizam no Concelho. Na verdade, sem o apoio direto das empresas e de algumas candidaturas aos fundos comunitários, seria impossível haver crescimento ao nível da qualidade dos eventos e por consequência do número de visitantes.

As condições ao nível das infraestruturas estão criadas e o objetivo é alargar os eventos culturais e desportivos ao longo do ano e em todo o Concelho.

4.10. EVENTOS CONCORRENTES

Em virtude de Sines estar rodeado pelos Concelhos de Santiago do Cacém, Odemira e Grândola e a proximidade a Beja, Aljustrel, Ferreira do Alentejo e ao complexo turístico de Troia (que faz parte do Concelho de Grândola), concelhos que investem significativamente em eventos culturais e desportivos com alguma qualidade em diversos períodos do ano, algumas iniciativas realizadas pela Câmara de Sines são ofuscadas e não têm a notoriedade pretendida, não conseguindo atingir os objetivos a que se propunham (ex.: comemorações do 25 de Abril, Feira na Avenida Festas Religiosas, Sines em Jazz, etc.), devido à tradição existente em Grândola e Odemira nos espetáculos comemorativos do 25 de Abril, nas suas tradicionais festas e feiras de verão, assim como em eventos pontuais que vão realizando ao longo do ano (dia do município, feiras temáticas, etc.)

Em anexo (2) indicam-se os principais eventos que se realizam nesses concelhos e que concorrem diretamente com os eventos realizados em Sines.

Os eventos que se realizam no Concelho de Sines têm margem de progressão, tanto ao nível da qualidade, como ao nível do crescimento do número de visitantes, não só para assistir mas também para participar, de acordo com o seu objetivo.

Apesar da concorrência dos concelhos indicados no anexo (2), Sines poderá beneficiar da falta de infraestruturas culturais e desportivas de qualidade daqueles concelhos, e também dos cortes significativos nas áreas da cultura e do desporto, verificados no orçamento de 2012, cortes esses que em Sines são colmatados com as parcerias estabelecidas com empresas de grande dimensão.

4.11. ANÁLISE SWOT

Na análise SWOT do Concelho de Sines que a seguir se apresenta, são identificados os seus pontos fortes e fracos e também as ameaças por oposição às oportunidades.

Pontos Fortes	Pontos Fracos
Clima agradável	Industrialização
Bons acessos	Falta de infraestruturas de qualidade ao nível do turismo rural e de habitação
Localização e características geográficas	Marketing sazonal insuficiente
Património cultural	Imagem menos positiva do concelho devido a fatores ambientais.
Eventos consolidados	Rede de transportes deficitária
Infraestruturas desportivas de qualidade	Ausência de empresas ligadas ao turismo desportivo
Atrativos naturais	Número de camas insuficiente no Concelho
Unidades hoteleiras de qualidade	Insuficiência de infraestruturas de apoio para a realização de desportos náuticos
Promoção turística do Concelho no exterior	Inexistência de técnicos qualificados em número suficiente para fomentar desportos na natureza
Oportunidades	Ameaças
Novo IP em construção	Desordenamento territorial
Proximidade a centro hípico e campo de golfe	Legislação que condiciona as atividades desportivas nas zonas de influência do Parque Natural da Costa Vicentina
Nova cidade desportiva em construção	Concorrência por parte dos concelhos limítrofes
Existência de turismo de habitação e rural de qualidade nos concelhos limítrofes	Sazonalidade turística
Investimentos a consolidar no município	Proximidade com o complexo turístico de Troia
Aparecimento de novas empresas de turismo desportivo	Insuficiência de infraestruturas capazes de dar resposta adequada à procura existente para as atividades de lazer
Fixação de trabalhadores estrangeiros no Concelho	Elevado custo dos alojamentos no Concelho em comparação com os concelhos limítrofes

CAPÍTULO V – METODOLOGIA

A realização de uma investigação requer uma série de fases ou etapas que devem ser seguidas com todo o rigor, para que os resultados obtidos sejam realmente objetivos e reflitam a realidade do tema.

Identificar, recolher, analisar e disseminar informação de forma sistemática e objetiva e utilizá-la para melhorar uma tomada de decisão, define o processo de pesquisa de acordo com os objetivos propostos.

Antes de proceder à implementação foi feito um **diagnóstico** exaustivo, para em seguida encontrarmos a estratégia a **implementar** como forma de combatermos a sazonalidade através do Turismo Desportivo, nos seus segmentos de Prática e de Eventos.

5.1. DIAGNÓSTICO

O diagnóstico é uma fase importante do presente estudo, pois é necessário conhecer a situação atual para que possamos definir o que pretendemos atingir no futuro e a forma de o alcançar (onde estamos, para onde queremos ir, como lá chegar).

Numa primeira fase, procedeu-se à recolha de informação disponível relativamente ao fenómeno da sazonalidade no Concelho de Sines, para o que foram utilizadas as fontes de informação referidas no ponto 5.3.

Numa segunda fase, procedeu-se à sistematização dos dados, originando quadros demonstrativos da existência da sazonalidade no Concelho de Sines.

5.2. INDICADORES UTILIZADOS

- Oferta turística existente no concelho de Sines
- Procura turística verificada no concelho de Sines
- Oferta de turismo desportivo existente no concelho de Sines e concelhos limítrofes
- Modelo de gestão da autarquia dirigido ao sector do turismo
- Distribuição do número de dormidas em estabelecimentos hoteleiros do concelho de Sines ao longo do ano
- Origem dos turistas que visitam os postos de turismo do concelho de Sines ao longo do ano

5.3. FONTES DE INFORMAÇÃO

- Observação
- Marktest
- Banco de Portugal
- Turismo de Portugal
- Direção Geral de Turismo
- Instituto Nacional de Estatística
- Entidade de Turismo do Alentejo
- Plano Estratégico Nacional de Turismo
- Plano Estratégico Nacional de Turismo (reformulado em 2011)
- Sector de Turismo da Câmara Municipal de Sines
- Unidade de Desporto da Câmara Municipal de Sines
- Plano Diretor Municipal da Câmara Municipal de Sines

CAPITULO VI – IMPLEMENTAÇÃO

6.1. HORIZONTE

O Concelho de Sines enquanto destino turístico é um sistema totalmente aberto (praias, natureza, etc.), não é uma organização delimitada para a qual se podem fixar estratégias a concretizar em planos de ação para a totalidade de atividades e do target a atingir. Assim, este estudo conduz a um plano estratégico de conceção interativa, basicamente qualitativo, e muito apoiado nas políticas desportivas municipais, em estratégias que irão ser implementadas com uma forte base de sustentação, com a requalificação de instalações, e com a construção de outras, de acordo com as necessidades existentes, tendo sempre em atenção se estão reunidas as condições financeiras necessárias para a sua construção e posteriormente para a sua gestão.

O essencial da estratégia visa definir um conceito para o Concelho enquanto destino turístico e tomar opções sobre os pontos de vantagens competitivas em que se deve apostar e afirmar a competitividade através da conceção de um sistema de atividades que se reforçam mutuamente e que apresentam para os mercados emissores de turistas/turistas desportivos e para os investidores uma posição clara e diferenciada.

É fundamental a interação com os diversos intervenientes (atores) para que o plano seja implementado de uma forma consistente, seja monitorizado sempre que necessário, mas sem nunca se ter a pretensão de encerrar iniciativas, programas ou eventos pontuais já existentes. Apontamos o ano de 2017 para que os objetivos sejam concretizados, o que significa que as ações inerentes e incluídas nos quadros de estratégia, irão gerar algumas mudanças em direção à situação que se deseja (minimização da sazonalidade), ambiciosa mas possível, porque está ancorada no potencial do Concelho, para atrair turistas de uma forma sustentável.

6.2. IMPLEMENTAÇÃO DO PLANO ESTRATÉGICO

O facto do promotor do plano estratégico ser a Câmara Municipal de Sines determina um campo estratégico no qual a gestão do plano é do domínio do município e a área de intervenção direta é definida pelos limites do Concelho e pelas atribuições e competências do município.

Definiu-se um conjunto de fatores do destino turístico, onde as intervenções municipais irão concentrar-se essencialmente sobre os seguintes aspetos:

- Valorização e desenvolvimento dos recursos já existentes (instalações desportivas, espaços na natureza, atividades pontuais, programas desportivos, eventos, entre outros);
- Onde a autarquia pode por si só desenvolver atividades e organizar eventos, mas também o poderá organizar em conjunto com os seus parceiros, tanto a nível desportivo ou de outra índole;
- Equipamentos e serviços de apoio aos turistas de forma a satisfazer as necessidades decorrentes da sua estadia (parques de campismo, parques de caravanas, hotelaria de qualidade e diversificada, restaurantes de comida tradicional, tudo a preços competitivos);
- Comunicação de marketing institucional – criação de imagem e reconhecimento dos mercados (por ex.: feiras de turismo, eventos de elevada qualidade e com muita participação) e de marketing promocional – captação e fidelização de visitantes (por ex.: cartazes, telas, outdoors, etc.);
- Acessibilidades, sinalização e informação turística (em postos de informação turística, no Turismo de Portugal, na Entidade do Turismo do Alentejo e Alentejo Litoral, etc.);
- Organização de ações de formação para os recursos humanos, onde se verifique que existe necessidade para desenvolver e acompanhar a implementação do plano (por exemplo, técnicos desportivos, guias, pessoal de logística, atendimento, controle e gestão financeira e monitorização);
- Gestão estratégica do território – destino turístico a ocupar pelas atividades a desenvolver e pelas infraestruturas desportivas a construir, caso os terrenos a ocupar não sejam da propriedade da CM Sines, é necessário fazer um plano de pormenor para que os terrenos passem para a sua propriedade por permuta ou algo semelhante.

Devido ao facto de a conjuntura económica neste momento ser bastante difícil, a Autarquia por si só não consegue reunir os instrumentos financeiros necessários para concretizar este plano. De acordo com protocolos já anteriormente estabelecidos com empresas de grande dimensão sediadas no Concelho, será proposto à Galp Energia uma renegociação do protocolo que serviu para construção da Cidade Desportiva, tendo como finalidade encontrar uma forma de requalificar algumas instalações desportivas e mesmo a construção de outras conforme indicado no plano. Com a EDP e a APS, o objetivo do protocolo incidirá sobre a aquisição e construção de infraestruturas de apoio para as atividades e eventos ligados ao mar e à

Barragem de Morgavel. Ao nível dos eventos será proposto à Repsol um aumento dos valores que são atribuídos anualmente através de protocolo, após proposta previamente definida e aprovada no plano.

Os protocolos a estabelecer equacionam ainda:

- A envolvente ao nível da imagem e da oferta do Concelho de Sines (para marketing institucional como destino turístico);
- O sistema interno, em coordenação com outras áreas da Autarquia – cultura, ambiente, educação, transportes e desporto (na organização de eventos), em parcerias com privados (na organização de eventos, requalificação e construção de instalações desportivas), e com clubes e entidades do concelho e fora do concelho, ao nível das atividades regulares e pontuais (na organização seminários, congressos, eventos de grande envergadura, feiras, etc.).

6.3. VISÃO

“Sines um Concelho com Turismo todo o ano”, através de um turismo sustentado no Lazer, no Turismo Industrial, e principalmente no Turismo Desportivo com os seus segmentos de Turismo de Prática Desportiva e de Eventos Desportivos.

6.4. MISSÃO

Incrementar, melhorar e diversificar a oferta de turismo desportivo, assente numa gestão racional e inovadora, com instalações desportivas diversificadas e de qualidade, apoiando de uma forma criteriosa as associações e as entidades privadas que de uma forma ou de outra irão promover as atividades regulares e pontuais, assim como os eventos desportivos, com o objetivo de não existir sazonalidade turística no concelho.

Por si só o turismo desportivo não consegue atingir os objetivos propostos, existindo a necessidade de desenvolver sinergias com associações e privados. Internamente o plano será implementado em conjunto com os eventos culturais, gastronómicos e religiosos, assim como através do Turismo Industrial, para o qual também está a ser criado um plano para implementação com início previsto para 2013, e para o qual foi feita uma candidatura ao QREN.

O Turismo Desportivo deverá também funcionar como uma ferramenta, para que todo o concelho se desenvolva e não só os principais centros como Sines e Porto Covo.

6.5. DOMÍNIOS DE ATIVIDADE ESTRATÉGIA E EIXOS ESTRATÉGICOS

O conceito estratégico é traduzido numa estratégia competitiva que é organizada da seguinte forma:

a) Plano de turismo e de turismo desportivo

Plano 1 – Desenvolvimento de Produtos

- Eixo Estratégico 1 – Alojamento Turístico
- Eixo Estratégico 2 – Turismo Cultural
- Eixo Estratégico 3 – Turismo na Natureza
- Eixo Estratégico 4 – Turismo Sénior

Plano 2 – Dinamização de Eventos e Atividade Desportiva

- Eixo Estratégico 1 – Pesca Desportiva
- Eixo Estratégico 2 – Caça Desportiva
- Eixo Estratégico 3 – Atividade Desportiva
- Eixo Estratégico 4 – Turismo de Eventos Desportivos
- Eixo Estratégico 5 – Infraestruturas Desportivas

b) Plano Transversal

Plano 1 – Marketing e Promoção Turística

Plano 2 – Formação de Recursos Humanos

Plano 3 – Investimento

Plano 4 – Informação Turística/Turismo Desportivo

c) Plano de Gestão

Plano 1 – Gestão Estratégica do Turismo Desportivo

Plano 2 – Planeamento, Implementação e Gestão

O quadro seguinte mostra a organização estratégica no geral, a identificação dos diferentes planos de intervenção, os respetivos eixos, as prioridades de intervenção e a responsabilidade financeira inerente a cada uma delas.

Quadro 10 - Organização estratégica

PLANO	EIXO	PRIORIDADE	FINANCIAMENTO	PARCERIA
Desenvolvimento de produtos	Alojamento Turístico	Média / Alta	Privado	Privado
	Turismo Cultural	Alta	C.M.S /Privado	Privado
	Turismo na Natureza	Alta	C.M.S./ Privado	Privado
	Turismo Sénior	Alta	C.M.S. /Privado	Privado
Dinamização de Eventos e Atividades Desportivas	Pesca Desportiva	Alta	C.M.S. /Privado	Privado
	Caça Desportiva	Alta	C.M.S.	C.M.S.
	Atividade Desportiva	Alta	C.M.S. /Privado	Privado
	Atividade Desportiva	Alta	C.M.S.	C.M.S.
	Turismo de Eventos	Alta	C.M.S./ Privado	Privado
	Infraestruturas Desportivas	Alta	C.M.S. /Privado	Privado
Transversal	Marketing e Promoção Turística	Alta	C.M.S.	C.M.S.
	Formação de Recursos Humanos	Média /Alta	C.M.S.	C.M.S.
	Investimento	Média Alta	C.M.S.	C.M.S.
	Informação Turística / Turismo Desportivo	Média	C.M.S. /Privado	Privado
Gestão	Gestão Estratégica do Turismo	Média /Alta	C.M.S.	C.M.S.
	Planeamento, Implementação e Gestão	Alta	C.M.S.	C.M.S.

Fonte: Elaboração própria

6.6. PLANO DE ATIVIDADES ESTRATÉGICAS, EIXOS ESTRATÉGICOS E PROJETOS

a) Plano de Turismo e de Turismo Desportivo

Plano 1 – Desenvolvimento de Produtos

Eixo Estratégico 1 – Alojamento Turístico

- Turismo rural na Cabeça Cabra
- Turismo rural em Morgavel
- Turismo rural no Paiol
- Hotel **** em Porto Covo
- Resort em Porto Covo
- Hotel *** a construir na Cidade Desportiva
- Surf Camping em São Torpes
- Parque Campismo de Sines
- Empreendimento da Cova do Lago.

Com a construção destas unidades hoteleiras e complementares, mais as já existentes, pode-se atingir uma capacidade de alojamento superior a 14600 lugares em Sines e em Porto Covo, até 2017.

Eixo Estratégico 2 – Turismo Cultural

- Requalificação e animação do Centro Histórico de Sines;
- Alargar o Festival Músicas do Mundo a Porto Covo;
- Descentralizar eventos culturais para Porto Covo;
- Eventos culturais, gastronómicos e religiosos que constam da programação anual da CM Sines, e de outras entidades do Concelho, e que se encontram descritos no quadro seguinte.

Quadro 11 - Eventos Culturais, Gastronómicos e Religiosos

Designação	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Espectáculos do Teatro do Mar	●					●				●	●	
Espectáculos no em Centro de Artes	●	●	●	●	●	●			●	●	●	●
Mês das Caldeiradas Porto Covo		●										
Carnaval		●										
Quinzena da Juventude		●										
Festival do Marisco Sines				●								
Festa do Ouriço Porto Covo				●								
Comemorações do 25 de Abril				●								
Festa da Sardinha Sines						●						
Festival Gastronomia (Tasquinhas)							●					
Carnaval de Verão							●					
Festival Músicas do Mundo							●					
Festa Nossa Senhora Soledade								●				
Festas de Porto Covo								●				
Feira na Avenida								●				
Sines em Jazz								●				
Comemorações do Dia do Município											●	
Mercado Gourmet de Porto Covo											●	
Festival Danças de Salão											●	

Fonte: Elaboração própria

● - Organização da C.M. Sines ● - Organização em parceria

Eixo do Produto 3 – Turismo na Natureza

- Balneários e vestiários na Barragem de Morgavel e Praia de São Torpes, para apoio aos atletas de desportos náuticos (surf, windsurf, skysurf, etc.);
- Centro Náutico na Barragem de Morgavel para os desportos náuticos;
- Definir zonas de pesca desportiva (pesqueiros) na costa de Porto Covo e Costa do Norte em Sines;
- Percursos Pedestres em Porto Covo, Ribeira dos Moinhos, Paiol e Casoto;
- Fazer o levantamento topográfico nas zonas de Morgavel, Paiol, Cabeça da Cabra e Casoto, para se promoverem circuitos de orientação, sendo necessárias as cartas topográficas com o objetivo de realizar provas de âmbito nacional e internacional;
- Eco parque na zona da Ribeira dos Moinhos.

Eixo Estratégico 4 – Turismo Sénior

- Empreendimento turístico dirigido ao segmento sénior;
- Criar as condições necessárias de alojamento e restauração (com preços competitivos);
- Eventos de índole cultural e desportiva, indo ao encontro das necessidades do mercado nórdico, tendo em conta a abertura que tem existido por parte dos operadores turísticos dessa região (Suécia, Alemanha, Holanda, Finlândia, Dinamarca e Noruega);
- Evento desportivo com atividades de grupo (ginástica) de âmbito internacional com a designação Sinesgym (Seniorgym), a realizar em diversos locais do Concelho, tanto em recintos cobertos como ao ar livre, pois este tipo de eventos é muito apreciado pelos turistas séniores, realizando-se já há alguns anos eventos semelhantes em vários países da Europa;
- Protocolo com a Ordem dos Médicos, com o objetivo de permitir a participação dos reformados temporariamente alojados na Casa do Médico nas atividades regulares e pontuais que estão previstas realizar no plano estratégico.

Plano 2 – Dinamização de Eventos e Atividade Desportiva

Eixo Estratégico 1 – Pesca Desportiva

- Pesca de alto mar em barcos turísticos em Sines e Porto Covo;
- Zonas de pesca de mar, pesqueiros em locais devidamente assinalados e em segurança, na Costa do Norte e na costa de Porto Covo;
- Evento nacional de pesca de mar em Porto Covo;
- Evento nacional de pesca de água doce na Barragem de Morgavel;

Eixo do Produto 2 – Caça Turística

- Desenvolver os recursos existentes no território em virtude de existir muito potencial e mercado durante todo o ano, nas freguesias de Sines e Porto Covo;
- Em colaboração com a Associação de Caçadores de Sines e Associação de Caçadores de Porto Covo, promover a realização de caçada aos javalis, e caçar nas reservas associativas.

Eixo Estratégico 3 – Atividade Desportiva

- Guia da atividade desportiva municipal, privada e dos clubes do Concelho, disponível em papel e no site a criar para o efeito;
- Oferta existente no concelho:

Escola Municipal de Natação;	Cicloturismo;
Escola Municipal de Ténis;	BTT;
Pilates;	Escolas de Surf;
Fittball;	Hipismo;
Babygym;	Percursos Pedestres;
Ginástica de Manutenção;	Atividade Desportiva para
Ginástica Desportiva;	Seniores;
Andebol;	Danças de Salão;
Hóquei em Patins;	Pesca Desportiva de Mar e Agua
Atividades de Fitness;	Doce;
Futebol;	Vela;
Karaté;	Canoagem.
Futsal;	
- Protocolo com entidades privadas proprietárias de equipamentos desportivos que sejam considerados uma mais-valia para o plano (Hipismo, Golf e Karting);

- Acesso a atividades desportivas promovidas pelo município e também por entidades privadas (ginásios), através de um cartão recarregável a criar, com a vantagem de proporcionar preços mais reduzidos para turistas;
- Atividades desportivas pontuais a realizar aos fins-de-semana em diversos locais do Concelho: caminhadas, aulas de fitness, pilates, etc.

Eixo Estratégico 4 – Turismo de Eventos Desportivos

- Eventos nacionais e internacionais de qualidade reconhecida, e que promovam o turismo de prática desportiva e de eventos desportivos, tendo também como objetivo o estágio de atletas de alta competição nacionais e estrangeiros, assim como equipas de alto rendimento das diversas modalidades, de acordo com as excelentes condições que o Concelho tem para oferecer.
- Promover eventos intermunicipais com os concelhos de Santiago do Cacem, Odemira e Grândola, quando se verificarem necessidades ao nível orçamental ou de logística;
- Eventos englobados no plano desportivo da CM Sines, dos clubes do Concelho e de entidades privadas e que se encontram descritos nos quadros que a seguir se apresentam.

Quadro 12 - Eventos desportivos

Designação	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Encontro Nacional Médicos (desporto)	●											
Programação Semanal com Eventos Nacionais de Relevância (Desporto Federado)	●	●	●	●	●				●	●	●	●
Protocolo com o Clube Regatas Vasco da Gama Brasil	●	●	●	●	●			●	●	●	●	●
Caça Turística e Caça ao Javali	●		●		●					●	●	●
Torneio Cidade Sines em Natação – (Federação Portuguesa de Natação)		●										
Prova Internacional Orientação			●									
Grande Prémio Costa Azul Ciclismo / Volta ao Alentejo			●									
Equitação e Raid Equestre- Cabeça Cabra				●							●	
Prova Nacional de Vela (Várias Classes)				●								
Grande Prémio de Caça Submarina – Cidade Sines				●								
Raid Hípico- Sonega / Porto Covo					●							
SinesCat Prova Internacional de Catamarans					●							
Torneio Internacional de Ginástica – Trampolins e Grupo					●							
BTT Alvalade – Porto Covo					●							
Regata D. Carlos- Veleiros						●						
Campeonato Internacional de Windsurf – São Torpes						●						
Etapa do Campeonato Nacional de Triatlo						●						

Chalenger de Empresas a Nível Nacional							●						
SinesGym – Evento de Ginástica para Sénior							●						
Prova de Natação de Mar na Baía de Sines									●	●			
Torneio Internacional de Futsal – Séniores Masculinos										●			
Encontro Nacional Bombeiros (Desporto)											●		
Etapa do Campeonato Nacional de Surf – São Torpes e L Point											●		●
Feira de Turismo Desportivo com Atividades, Eventos, Exposições e Material Desportivo											●		
Grande Premio de Atletismo de Porto Covo												●	

Fonte: Elaboração própria

● - Organização da C.M. Sines ● - Organização em parceria

● - Organização entidade privada

Nota: Eventos desportivos a realizar anualmente que poderão, ser alterados após avaliação do seu interesse para o plano.

Eixo Estratégico 5 – Infraestruturas Desportivas

O Concelho de Sines ao longo dos últimos anos tem vindo a construir e requalificar instalações em quantidade e qualidade, de acordo com as necessidades identificadas através da Carta Desportiva.

Está prevista para o final de 2012 a conclusão da Cidade Desportiva que engloba um Pavilhão Desportivo de grandes dimensões, capaz de oferecer a possibilidade de praticar diversas modalidades desde os desportos coletivos, individuais e salas para fitness. Agregados ao Pavilhão podemos encontrar 3 campos de relva natural e sintética, campos de ténis e padell, entre outras valências, conforme se pode conferir nos quadros seguintes, onde se indicam as instalações a requalificar e a construir no Concelho de Sines nos próximos anos.

Quadro 13 - Infraestruturas a Construir e Requalificar

Designação	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Pavilhão Desportivo composto por 2 campos jogos de 40x20, 2 salas de exercício e um ginásio de grandes dimensões	●					
Cidade Desportiva composta por Estádio, Pista de atletismo de 4 corredores, 4 campos de ténis e 2 campos de Padell		●				
Colocação de Sinalética adequada em todos os espaços desportivos do Concelho		●				
Identificação de 4 pontos para pesca desportiva, 2 na Costa do Norte e 2 em Porto Covo, em conjunto com a Capitania no Porto de Sines		●				
Identificação de 4 percursos pedestres junto do Parque Natural e colocação de sinalética (1- Porto Covo/Cabeça da Cabra, 2- Ribeira dos Moinhos, 3- Paiol, 4- Morgavel)		●				
Balneários e vestiários de apoio nas praias de São Torpes e de Morgavel e na Barragem de Morgavel, para apoio aos desportos náuticos		●				
Requalificação da Pista de Motocross em Monte Chãos		●				
Campo de tiro com 2 fossos olímpicos na zona do Monte Feio		●				

Surf Camping na zona de São Torpes/Morgavel, a construir em parceria com uma entidade privada		●				
Protocolo com empresa gestora do campo de golf a construir na freguesia de Melides		●				
Elaboração dos mapas topográficos para treino e provas de orientação nas zonas do Casoto, Paiol, Ribeira dos Moinhos e Cabeça da Cabra (pressupõe a realização de um levantamento topográfico das referidas zonas)		●				
Requalificação da rampa existente no Clube Náutico para utilização de todos os tipos de embarcação desportiva			●			
Unidade Hoteleira de *** junto ao Complexo Desportivo, com a finalidade de ser também utilizada como Centro de Estágio			●			
Centro de Fisioterapia na Cidade Desportiva, com a finalidade de ser uma mais-valia para os utentes do complexo			●			
Construção de 2 campos de ténis e 2 campos de Padell em Porto Covo			●			
Hotel de **** e Resort que inclua também apartamentos, na freguesia de Porto Covo (pressupõe a venda de terrenos a custos controlados)			●	●		
Centro de alto rendimento para surf, vela e windsurf, em parceria com as respetivas Federações (Vela e Surf).			●			
Ciclovia de Sines a Porto Covo com passagem pela praia de São Torpes			●			
Piscina Oceânica na praia da Costa do Norte				●	●	
Campo de futebol 11 e 7 de relva sintética em Porto Covo				●		
20 Lugares na Marina de Sines (a propor à Administração do Porto de Sines)					●	●
Construção de um Aquaplay através de um privado, com o objetivo de aproveitar a água de arrefecimento das turbinas da Central Elétrica da EDP que é desperdiçada para o mar					●	●

Fonte: Elaboração própria

b) Plano Transversal

Plano 1 – Marketing e Promoção Turística

- Reposicionamento do marketing a partir do conceito “turismo desportivo no concelho Sines para combater a sazonalidade”;
- Estruturação de campanha promocional tanto internamente como no estrangeiro;
- Foco de ações promocionais de percursos turísticos, percursos pedestres, atividades desportivas pontuais, atividades desportivas regulares, eventos desportivos dando realce ao que é mais importante;
- Em conjunto com a Entidade do Turismo do Alentejo Litoral, fomentar a divulgação do plano de atividades e da oferta existente no concelho ao nível do turismo desportivo;
- Promover a nível internacional o turismo desportivo em conjunto com o turismo industrial, projeto que também irá ser implementado em 2013, promovido pela C.M. Sines, com o objetivo de combater a sazonalidade.

Plano 2 – Formação de Recursos Humanos

- Técnicos desportivos na área da organização de eventos;
- Técnicos desportivos na área do desporto sénior;
- Técnicos desportivos na área do desporto na natureza;
- Guias/Atendimento, curso de línguas Inglês/Francês/Espanhol

Plano 3 – Apoio ao Investimento

- Organizar ações de estímulo e apoio permanente ao turismo desportivo em espaço natural (mar, campo) incluindo relações públicas e outras formas de comunicação e apoio a projetos de investimento;
- A comunicação será mais eficaz se forem estabelecidos protocolos com os canais de comunicação diretos, como a Direção Geral do Turismo, Turismo do Alentejo, Entidade Reguladora do Turismo do Alentejo Litoral, assim como empresas que organizam eventos desportivos e estágios, e que mantêm contactos a nível internacional;
- Sempre que necessário, a Associação de Empresários de Sines será consultada para lhes transmitir as várias hipóteses de investimento e de parceria que se podem realizar em várias áreas, hotelaria, restauração, eventos, instalações desportivas e prestação de serviços;

- Proporcionar a venda de terrenos a custos controlados, para suprimir a falta de capacidade hoteleira no Concelho.

Plano 4 – Informação Turística/Turismo Desportivo

- Utilização dos meios áudio visuais da nova geração: Internet, Google, etc.;
- Revisão da informação direcional, informativa e interpretativa do Concelho (plano de acordo com o Gabinete de Comunicação e Informação da CMS);
- Colocação de informação nos postos de turismo dos aeroportos de Lisboa, Porto e Faro;
- Enviar comunicação atualizada através de newsletter com caráter semanal ou em alguns casos mensal, para os serviços de turismo dos principais países emissores de turistas para Portugal;
- Encontrar um canal em Espanha para transportar informação sobre as nossas propostas, que seja abrangente e que possibilite uma troca de informações permanentemente.

c) Plano de Gestão

Plano 1 – Gestão Estratégica do Turismo Desportivo

- Constituição de um Conselho que congregue a Câmara Municipal de Sines, Associações e Clubes que tenham ou organizem atividades e eventos, empresas ligadas ao turismo de eventos, hotelaria, restauração, associação dos empresários do concelho de Sines, Junta de Freguesia de Sines e Porto Covo, Escola de Artes, Sines tecnopolo e Entidade Reguladora do Turismo do Litoral Alentejano, com a intenção de se criarem as condições necessárias para a implementação do plano estratégico e a sua monitorização, e que reúnam mensalmente com o grupo técnico responsável pelo plano;

Plano 2 – Planeamento e gestão Territorial

- Conclusão dos planos de pormenor da Cidade Desportiva e da Ribeira dos Moinhos;
- Contemplar na revisão do PDM a definição dos objetivos traçados neste plano estratégico para as freguesias de Sines e Porto Covo;
- Criar as condições necessárias através dos Planos de Pormenor para a construção de empreendimentos turísticos e espaços lúdicos em Porto Covo, Costa do Norte, Barragem de Morgavel e Ribeira dos Moinhos;
- Requalificação da estrada que liga Sines a Porto Covo junto ao mar;

- Finalizar a A26 que liga Sines à A2 (nó de Grândola);
- Ligação do IP por Beja com ligação a Espanha (maior proximidade com Badajoz, Sevilha e Huelva);
- Finalizar a ciclovía Sines/Porto Covo.

6.7. RECURSOS HUMANOS

Um plano desta grandeza e com o objetivo a que se propõe, exige recursos humanos de diferentes áreas de intervenção. No entanto, o processo encontra-se facilitado em virtude da entidade promotora do plano ser a C.M. Sines, pois o grupo técnico que irá implementar o plano será composto na sua totalidade por técnicos da autarquia que serão nomeados pelo Presidente, assim como o técnico que irá coordenar o grupo e que terá a responsabilidade de fazer a ligação direta do grupo ao Presidente e das entidades externas à C.M. Sines

Não obstante, neste plano consideramos que o mais importante são os elementos que diariamente irão assegurar a sua implementação no terreno, pois são estes que têm um contacto direto com o público-alvo, podendo garantir um grau de satisfação elevado, o que irá originar a fidelização dos participantes e turistas, e também dar qualidade ao serviço que se pretende prestar, tanto ao nível da prática desportiva como de eventos, no atendimento, em prestar informações, na qualidade das instalações desportivas, na interligação a outros serviços da autarquia e também nos serviços que não dependem de nós diretamente.

O recurso a serviços externos será feito sempre que necessário, tanto a nível técnico como em serviços de logística, o importante é que exista muita qualidade e que se atinjam os objetivos a que nos propomos.

O quadro permanente de pessoal terá de ser composto por funcionários das seguintes áreas:

- Técnicos de Desporto
- Técnicos de Gestão Financeira
- Administrativos
- Técnicos de Comunicação e Marketing
- Pessoal de Manutenção
- Pessoal de Logística
- Pessoal de Limpeza
- Fisioterapeuta
- Nutricionista
- Técnicos de Informática

A contratação de pessoal também vai depender da execução do plano, e da avaliação que se for fazendo. Sempre que existir necessidade serão contratados novos funcionários ou serviços em outsourcing.

O quadro seguinte indica o número de funcionários necessários para implementar e assegurar a concretização do plano estratégico até 2017.

Quadro 14 - Recursos humanos

Designação	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Gestão	6	6	6	6	6	6
Técnicos Desportivos	12	12	16	16	16	16
Administrativos	5	5	5	5	5	5
Técnicos de Turismo	3	4	4	4	3	3
Pessoal Auxiliar	11	12	12	14	14	14
Pessoal Logística	6	6	6	6	6	6
Gestão Financeira	3	3	3	3	3	3
Comunicação/Informação	4	5	5	4	4	5
Informática	2	2	2	2	2	2
Outros	12	12	12	14	14	14

Fonte: Elaboração própria

6.8. PLANO FINANCEIRO

A atual situação económica da autarquia e do país exige um controlo rigoroso do orçamento que irá ser disponibilizado, terá de existir uma grande interação entre todos os serviços, o grupo técnico terá de se empenhar para encontrar soluções externas sempre que tal se mostra necessário, através da realização de protocolos com empresas, através de parcerias, e também na forma de captar turistas ao longo do ano para que o objetivo do plano seja concretizado.

Todas as atividades regulares deverão ter um preço, assim como os espaços desportivos a utilizar, pois é necessário gerar receitas.

Apesar da situação financeira da maior parte das empresa locais ser neste momento bastante difícil, é necessário que se encontre uma meio para assegurar a publicidade estática nas instalações desportivas, para que as receitas se tornem praticamente suficientes para cobrir as despesas de funcionamentos das instalações desportivas cobertas.

As necessidades financeiras são de maior grandeza no que concerne à requalificação das instalações desportiva ou para a sua construção, no entanto em relação á Cidade Desportiva a totalidade do custo será suportado na íntegra pela GALP, através de protocolo celebrado em 2008.

Este bom exemplo de mecenato tem todas as condições para ser concretizado com outras grandes empresas da região como a EDP, APS, REPSOL e ARTENIUS, ao nível da construção de instalações, na organização de eventos ou na gestão de equipamentos.

A autarquia irá anualmente aprovar o orçamento que assegurará a implementação do plano, para que até 2017 a sazonalidade deixe de existir no Concelho de Sines.

O quadro que a seguir se apresenta mostra os diversos parâmetros do plano, aqueles em que a autarquia irá suportar individualmente os encargos inerentes, e aqueles em que irá socorrer-se dos seus parceiros, com vista à implementação e concretização do plano estratégico.

Quadro 15 - Custos a suportar pela CM Sines ou em Parceria

Designação	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Atividade Regular	●	●	●	●	●	●
Eventos	●	●	●	●	●	●
Requalificação de Instalações Desportivas	●	●	●	●	●	●
Construção de Instalações Desportivas	●	●	●	●	●	●
Comunicação/Divulgação	●	●	●	●	●	●
Recursos Humanos	●	●	●	●	●	●
Gestão de Operações e Logística	●	●	●	●	●	●

Fonte: Elaboração própria

● C.M. Sines ● Parceria

6.9. ALVOS DE MERCADOS PRIORITÁRIOS

Devido à forte concorrência que existe no mercado desportivo, mais concretamente no turismo desportivo, devido ao seu elevado crescimento, e da oferta que existe a nível interno como externo, também pelas dificuldades económicas que atravessamos não só a nível nacional mas também internacional, é necessário que os meios existentes não se dispersem, e que os mercados sejam bem definidos, de acordo com o target que se pretende atingir, nesse sentido o alvo de clientes que pretendemos é o seguinte:

- Nacional, de grandes centros populacionais
- Grande Lisboa (forte aposta)
- Alentejo, Principais Centros (Évora, Beja, Portalegre, ...)
- Mercado Sénior do Norte da Europa, estadas longas
- Mercado Espanhol (forte aposta)
- Mercados Externos - Alemanha, França, Reino Unido, Países Nórdicos, Países de Leste, Brasil e Africa do Sul

6.10. MONITORIZAÇÃO- AVALIAÇÃO

O sistema de monitorização e acompanhamento do Plano Estratégico que importa criar na Câmara Municipal de Sines, compreende duas estruturas fundamentais, a saber:

- **Um órgão consultivo** e deliberativo, formado por representantes das associações/clubes (2), empresas de turismo desportivo (1), hotelaria (1), restauração (1), Câmara Municipal de Sines (1 elemento do executivo e o coordenador técnico do plano), Assembleia Municipal (1), Juntas de Freguesia (1) e 1 elemento da Entidade do Turismo Alentejo Litoral, este órgão será presidido pelo Presidente da CM Sines.
- **Um serviço técnico** de acompanhamento, formado por técnicos qualificados do município de diversos serviços, e que tenham um conhecimento apropriado do plano, que durante a sua elaboração tenham participado ativamente, e que venham a fazer parte do grupo responsável pela sua implementação, (Técnicos Desporto, Informática, Gabinete de Informação e Comunicação, Gabinete Apoio Presidente, Cultura, Financeira, e Recursos Humanos).

Esta estrutura poderá ser reforçada, caso que se verifique a necessidade, durante a fase de implementação, monitorização e avaliação.

Sendo um órgão consultivo, em caso de necessidade premente, o Presidente da Câmara Municipal de Sines pode consultar este órgão, o qual tem também o objetivo de emitir pareceres sobre todas as questões de fundo que se vierem a verificar no processo de implementação e durante a sua execução. Deve reunir duas vezes por ano, nos meses de Fevereiro e de Outubro, e será convocado pelo Presidente.

As reuniões terão de ser apoiadas tecnicamente pelo serviço técnico que enviará atempadamente um relatório ao Presidente, e que posteriormente será reencaminhado para os restantes elementos do órgão consultivo, que irão aferir da forma como está a ser executado, e proceder-se-á em caso de necessidade a reajustamentos para que o plano se torne mais eficaz. No prazo máximo de 15 dias após a reunião de avaliação, será enviado para a reunião de Câmara e Assembleia Municipal o relatório sobre as conclusões do que foi realizado de acordo com o plano, e posteriormente será novamente reenviado para o órgão consultivo caso se venham a verificar algumas sugestões ou recomendações.

A nível de controlo financeiro do plano e do orçamento previamente aprovado, a gestão financeira enviará mensalmente ao Presidente e aos técnicos responsáveis por cada área de intervenção, um relatório com as despesas efetuadas e as receitas arrecadadas, a indicação se existe algum desvio orçamental, as necessidades de tesouraria mais prementes, tanto a nível da construção de instalações desportivas, como dos eventos e no funcionamento das atividades regulares.

CAPITULO VII - CONCLUSÃO

Este plano estratégico pretende diminuir a sazonalidade no Concelho de Sines, no entanto deve-se ter em conta, as dificuldades que certamente irão surgir na sua fase de implementação, devido à forte contenção financeira existente, pela concorrência por parte dos concelhos limítrofes, pela elevada oferta que existe no mercado do turismo neste segmento tanto a nível nacional como internacional, e também pelos preços reduzidos que são praticados pelos países emergentes ao nível da oferta hoteleira.

Pelo acima mencionado, e para que o plano seja exequível, é necessário que exista uma grande interação por parte de todos os parceiros diretamente envolvidos na sua implementação e na sua execução, também por parte das entidades externas das quais se depende indiretamente, mas que em determinados momentos da sua implementação são tão ou mais importantes do que os que estão em permanência, nomeadamente no que respeita às questões financeiras, os serviços e meios da autarquia que estão inseridos no grupo de trabalho terão de ter o empenho necessário e a sua envolvimento irá contribuir para que os objetivos se concretizem no período estabelecido, que termina em 2017.

Ao nível da oferta turística, dos eventos, da qualidade e capacidade hoteleira dos concelhos limítrofes, e também de algumas instalações desportivas que não existem no nosso concelho, no caso campos de golf, a concorrência também é preocupante.

No entanto, e de acordo com a análise SWOT atrás apresentada, podemos verificar que os pontos fracos e as ameaças são os principais problemas que teremos de resolver a curto prazo, nos pontos fracos teremos de encontrar as soluções internamente para os tornar pontos fortes, apesar de alguns deles a sua solução não depende diretamente do promotor, mas que após solucionados irão que possibilitar a vinda ao Concelho de mais turistas de prática desportiva ou de eventos desportivos durante todo o ano e não somente nos meses de Julho e Agosto.

A proposta é arrojada, mas houve o cuidado de elaborar um plano estratégico exequível, indo ao encontro do que é a realidade de Sines e do contexto onde se situa, dos hábitos desportivos dos diferentes targets que se pretende atingir, tanto no que respeita às atividades como aos eventos propostos, assim como ao nível das infraestruturas desportivas a construir. É de

salientar que sem a colaboração das principais empresas da região, através de parecerias a estabelecer com a CM Sines, não seria possível a concretização deste plano estratégico, pois a existência das referidas parcerias é a grande vantagem que a CM Sines apresenta relativamente aos outros Concelhos da região, que não usufruem deste tipo de mecenato.

O turismo sénior é um dos principais objetivos como forma de combater a sazonalidade devido à sua disponibilidade quase permanente ao longo do ano, sendo na sua grande maioria reformados, o turismo de prática desportiva também tem um peso enorme para a sua concretização, necessitando de instalações de qualidade e abrangentes, para que se torne possível o estágio de atletas de alta competição nacionais e estrangeiros, assim como de equipas e seleções, ao longo de todo o ano.

As novas vias terrestres de acesso a Sines, a proximidade a Lisboa, ao Algarve e Espanha, assim como aos aeroportos de Lisboa e Beja, irão possibilitar a vinda de um maior número de turistas ao Concelho de Sines, sendo necessário um plano de comunicação eficaz e que seja bastante objetivo, para conseguir penetrar no mercado turístico cada vez mais saturado, apesar da crise económica existente em Portugal e toda a Europa.

Os atrativos naturais que temos para oferecer, num cenário de campo e de mar, são também uma mais-valia ao nível turístico, e que estão espalhados por todo o Concelho. Como se pôde verificar nos quadros atrás descritos, as atividades e os eventos irão ter lugar em todo o Concelho e não apenas em Sines e Porto Covo. Ao elaborar o plano estratégico, foi tido sempre em atenção não só a questão da sazonalidade, mas também associar a vertente económica para o bem-estar da população residente, com a criação de mais emprego e de mais qualidade de vida. A organização de eventos e a prática da atividade desportiva, irá permitir um maior incremento nesses locais mais isolados, dando a conhecer a sua realidade e as elevadas qualidades que também têm para oferecer ao nível do turismo desportivo, permitindo outro tipo de alternativas que normalmente não podem ser realizadas nos principais centros populacionais.

É importante para a concretização do plano que exista uma interligação com outros eventos sem ser de carácter desportivo e que já se realizam no Concelho, pois também são fundamentais para trazer mais turistas ao longo do ano, mais concretamente eventos de índole cultural (música, exposições, teatro, etc.), eventos gastronómicos, eventos sociais (congressos,

seminários, etc.), assim como eventos pontuais realizados por entidades externas ao Concelho (passeio de carros antigos, volta a Portugal 2 CV, Volta a Portugal em bicicleta, etc.).

O Concelho de Sines está preparado para se tornar um bom exemplo a seguir, tem crescido a nível industrial, possuindo um dos maiores complexos a nível europeu e o maior porto de águas profundas do mundo. Ao nível desportivo, mais de 50% da população ativa pratica desporto, ao nível cultural, realiza o Festival Músicas do Mundo, um dos mais importantes a nível mundial. No que respeita à gastronomia, esta é diversificada e de qualidade, pelo que existem todas as condições para o plano estratégico se torne num bom exemplo a seguir e que Sines seja um Concelho com muita qualidade de vida e que a interligação entre o desporto e o turismo seja uma solução para o futuro como forma de diminuir a sazonalidade existente no Concelho de Sines

BIBLIOGRAFIA

- Almeida, A. L., & Kostenholz, E. A. (2009). *Sazonalidade no território e a estratégia de diversificação da procura: o caso do norte de Portugal*.
- Andrade, J. R., & Jesus, C. A. (2004). *Eventos e Estratégias de Desenvolvimento Turístico: o caso de Aracajú*. Universidade de São Paulo, Universidade de Barcelona.
- Andrade, J. V. (1998). *Turismo: Fundamentos e Dimensões* (5ª ed.). São Paulo: Edições Atica.
- Andrade, R. B. (2002). *Manual de Eventos*. Caxias do Sul: EDUCS.
- Aragay, J. J., & Grande, J. (1978). *Marketing Turístico*. Madrid: Serviços Editoriales y de Empresas.
- Balderramas, H. d. (1999). *Aspetos determinantes da oferta para o desenvolvimento do turismo rural*. Turismo: Visão e Ação.
- Banco de Portugal. (s.d.). Obtido de Website do Banco de Portugal: <http://www.bportugal.pt/pt-PT/Estatisticas/IndicadoresEstatisticosPadronizadosSDDS/Paginas/default.aspx>
- Bentler, R., & Pearce, D. (1995). *Changes in tourism. People, places, process*. Londres: Routledge.
- Bettega, M. L. (2006). *Events* (4ª ed.). Caxias Sul: Educus.
- Britto, J., & Fontes, N. (2002). *Estratégia para Eventos*. São Paulo: Aleph.
- Buhalis, D. (2000). *Marketing the Competitive Destination of The Future* (1ª ed., Vol. 21). Tourism Management.
- Butler, R. (1994). *Seasonality in Tourism: Issues and Problems* (Tourism: The State Of The Art ed., Vol. 1(1)). (A. V. Seaton, Ed.) Chischester: Wiley.
- Butler, R. (1999). *Sustainable Tourism: A State-Of-The-Art Review* (Vol. 1(1)). Tourism Geographies.
- Butler, R. W. (2001). *Seasonality in Tourism issues and implications in Baum*. Oxford Pergamonm: T & S Lundrop - Seasonality in Tourism.
- Cacciopo, P. G. (1999). The Effect System as Parallel Integrative Processing Components. *Journal off Personality and Social Psychology*, 76, 839-855.
- Câmara Municipal de Lagos. (2005). *Planeamento Estratégico de Desenvolvimento Desportivo da Câmara Municipal de Lagos*. Soluções Sport.
- Carvalho, P. (2008). *Turismo de Prática Desportiva: um segmento do mercado de turismo desportivo*. APOGESD.
- Chi, C. G., & Qu, H. (2008). *Examining the structural relationships of destinacion image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach* (Vol. 29). Tourism Management.
- Chiavenato, I. (2004). *Administração nos Novos Tempos*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Chiavenato, I. (1993). *Introdução à Teoria Geral da Administração* (4ª ed.). São Paulo: Mcgraw-Hill.
- Cohen, E. (1979). *Rethinking the sociology of tourism*. Annals of Tourism Reserch.
- *Colectividade Desportiva - Olhares Sobre o Desporto*. (s.d.). Obtido de <http://colectividadesdesportiva.blogspot.pt/>
- Cooper, C. (1998). *Turismo - Princípios e Práticas* (2ª ed.). Porto Alegre: Bookman.
- Coutinho, H. P., & Coutinho, H. R. (2007). *Turismo de Eventos como Alternativa para o Problema da Sazonalidade Turística* (3ª ed.). Revista Eletrónica Aboré - Publicação da Escola Superior de Artes e Turismo.
- Cunha, L. (2006). *Economia e Política de Turismo*. Lisboa: Edições Verbo.
- Cunha, L. (2003). *Perspetivas e Tendências do Turismo* (1ª ed., Vol. 1). Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.
- Denker, A. d. (1998). *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo* (3ª ed.). São Paulo: Futura.
- Ferreira, A. F. (2005). *Gestão Estratégica de Cidades e Regiões*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

- Ferreira, M. R. (2008). *Marketing Territorial*. Conceitos.
- Filipe, L. G., Gamboa, M., & Sirgado, J. R. (1998). *Ordenamento do Litoral – Orla Costeira: Sado. Sines*.
- Fonseca, F. P., & Ramos, R. A. (2007). Potenciar o Desenvolvimento Turístico a partir de um Processo de Planeamento Estratégico de Marketing: o caso de Almeida. *Revista de Estudos Regionais*, 15, 43-63.
- Fuster, L. F. (1989). *Introducción a la teoría y técnica del turismo* (4ª ed.). Madrid: Madrid Alianza.
- Getz, D. (2003). *Sport Event Tourism: Planning, Development and Marketing em Simon Hudson* (Sport Event Tourism ed.). (S. Hudson, Ed.) New York: Hanorto Hospitality Press.
- Gibson, D. (2003). *Sport Event Tourism, Planning, Development and Marketing, Sport Adventure Tourism*. New York: Hospitality Press 2003.
- Gibson, H. J. (1998). *Active Sport Tourism: Who Participes?* Leisure Studio.
- Gillet, B. (1949). *História Breve do Desporto* (8ª ed.). Paris: Presses Universitaires.
- Goeldner, C. R., & Brent, R. (2003). *Turismo: Princípios, Práticas e Filosofias* (8ª ed.). Porto Alegre: Bookman.
- Goidanich, K.L & Moletta, V.F. (1998). *Turismo Esportivo. Porto Alegre: Sebrae/RS*
- González, X. (2001). *Planeamento Extratético e mercadotecnia territorial*. Vigo: Universidade de Vigo.
- *Google Email*. (s.d.). Obtido de Google Email: <http://mail.google.com>
- Guerreiro, S. (2007). *Turismo Náutico: Produto Estratégico para Portugal*. Turismo de Portugal - Ministério da Economia.
- Harrison-Hill, T. C. (2005). *Marketing Sport Tourism, Sport in Society*.
- Hernandez, R. (1999). *Dirección, Gestión e Administración de las Organizaciones Deportivas*. Paidotribo Editorial.
- Higman, J. C. (2002). *Tourism, Sport and Seasons. The Challenges and Potential of Overcoming Seasonality in the Sport and Tourism Sectors*. Tucson, arizona: University of Arizona.
- Hulzinga, J. (1951). *Homo Ludens: Essai sur la fonction sociale du jeu*. Paris: Gallimard.
- Ignarra, L. R. (1999). *Fundamentos do Turismo*. São Paulo: Pioneira.
- INE - Instituto Nacional de Estatística. (2009). *Anuário Estatístico da Região Alentejo* (2010 ed.). Lisboa.
- INE - Instituto Nacional de Estatística. (2006, 2007, 2008, 2009). *Dados de Dormidas no Concelho de Sines*. Lisboa.
- INE - Instituto Nacional de Estatística. (2006, 2007, 2008, 2009). *Dados Estatísticos no Concelho de Sines*. Lisboa.
- INE - Instituto Nacional de Estatística. (2012). *Recenseamento Geral da População - Censo de 2011*.
- Kastenzholz, A. (2009). *A Sazonalidade no Turismo e a Estratégia de Diversificação*.
- Koenig, L., & Bischoff. (2005). *Sazonalidade*.
- Kotler, P., & Rein, I. (1995). *Marketing Público*. São Paulo: Makron.
- Kurtzman, J., & Zauhar, J. (2003). A Wave in Time – The Sport Tourism Phenomena. *Journal of Sport Tourism*, 8, 35-47.
- Laje, H. G., & Milone, P. C. (1998). *Economia do Turismo*. Campinas: Papyrus.
- Laws, E. (1995). *Tourist destination management: Issues, analysis, and policies*. Londres: Routledge.
- Leiper, N. (1995). *Tourism - Management Case-Studies*. Australia : Tafe Publications.
- Leon, C. M., M., D. C., H., P., & Pietri, J. (2008). *Administração, Conceitos e Aplicações*. Edições Harbra.
- Lim, & McAller. (2001). *Asian Tourism to Austrália*. Annales of Tourism Research.
- Martins, J. (2002). *Turismo e Sazonalidade* (Vol. 61). Cadernos de Economia.
- Megginson, L. C. (2009). *Swall Bsiness Management*.
- Middleton, V. T. (2002). *Marketing Turístico: Teoria e Prática*. Rio de Janeiro: Elsevier.

- Mota, K. (2001). *Marketing Turístico, Promovendo uma Atividade Sazonal* (2ª ed.).
- Município de Lajes. (2006). *Plano Estratégico do Município de Lajes - Orientação de Marketing Territorial*. Lajes.
- Neto, M. (1999). *Marketing de Eventos*. Rio de Janeiro: Sprint.
- Neves, H., Cruz, A. R., & Correia, A. *A Sazonalidade da Procura Turística na Ilha de Porto Santo*. Universidade da Madeira, Universidade do Algarve.
- Nunes, F. (1999). *Processo de Planeamento de Marketing Territorial Estratégico um instrumento de operacionalização de estratégias para a área metropolitana do Porto*. Dissertação de Mestrado PAOP/FEUP.
- Oliveira, D. P. (2009). *Planeamento Estratégico, Conceitos, Metodologia e Práticas* (8ª ed.). Editora Atlas.
- Pereira, E. (2006). *Serviço do Desporto. Turismo e Desporto*. Revista Portuguesa do Desporto.
- Pereira, E., Baptista, M., & Pires, G. (2010). Desporto e Turismo: A Importância dos Evento Desportivos. Desporto e Educação Física em Português. *XIII Congresso de Ciências do Desporto e Educação Física nos Países de Língua Portuguesa*. Maputo.
- Pigeassou, C. (2004). Contribution to the Definition of Sport Tourism. *Journal of Sport Tourism*.
- Pigeassou, C., Bui-Xuan, G., & Gleyse, J. (2003). Epistemological Issues on Sport Tourism: Challenge for a New Scientific Field. *Journal of Sport Tourism*.
- Pires, G. (1993). *A Organização Faz Organização da Organização*. Revista Ludens.
- Pires, G. (2003). *Gestão do Desporto - Desenvolvimento Operacional*. Porto: APOGESD.
- Pires, G. (2005). *Gestão do Desporto - Desenvolvimento Organizacional*. Porto: APOGESD.
- Pires, G. (1993). *Situação Desportiva*. Revista Ludens.
- Pires, G., & Colaço, C. (2005). *Planeamento Estratégico nas Organizações Desportivas - Manual de Apontamentos do 9º Mestrado em Gestão Desportiva*. Lisboa: UTL/FMH.
- Quinta, F. (2002). *A Cultura de Avaliação do Plano Estratégico*. Aveiro: Centro de Estudos de Morfologia Urbana e Património, ISCIA.
- Ritchie, J. B., & Crouch, G. (2003). *The Competitive destination: a sustainable tourism perspective*. Walingford: CABI Publishing.
- Robinson, S., & Gammon, P. (2003). Sports and Tourism - A Conceptual Frameworks. *Journal of Sports*.
- Roche, F. P. (2007). *La Planificación Estratégica en las Organizaciones Deportivas*. Badalona: Editorial Paidotribo 4ª edição.
- Ruiz, C. V., & Armand, E. H. (1997). *Estructura e Organizacion del Mercado turístico* (2ª ed.). Madrid: Centro de Estudios Ramon Areces.
- Ruschmann, D. V. (1995). *Marketing Turístico: um Enfoque Promocional* (2ª ed.). Campinas: Papiros.
- Sancho, J. .. (2004). *Planificación Desportiva - Teoria y Pratica* (3º ed.). Barcelona: INDE.
- Sancho, J. A., & Sanchez, E. D. (1999). *La Gestion del Deporte Municipal*. Barcelona: INDE.
- Sarmiento, J. P. (2008). *Eventos Desportivos Desenvolvimento*. Fórum Olímpico.
- Silveira, M. A. (2002). *Turismo, Políticas de Ordenamento Territorial e Desenvolvimento*. São Paulo: Tese da Faculdade de Filosofia, Letras, Ciências Humanas, Universidade de São Paulo - USP.
- Silveria, M. A. (2010). *Influência da Sazonalidade no Desenvolvimento de Destinos Turísticos: Uma Contribuição ao Tema*. Prelo.
- Sirgado, J. R. (1994). Portugal in the European Tourism Map: Recent Trends and Strategies for the Future. *Regional Conference of the International Geographical Union (Prague)* (pp. 65-78). Lisboa: Centro de Estudos Geográficos (EPRU, nº41).
- Soares, P. S. (2006). *O Turismo de Eventos como uma Alternativa para a Diminuição da Sazonalidade e a Análise da Satisfação dos Usuários e Clientes no Recanto das Águas Hotel e SPA*. Itajaí: Instituto Cenecista Fayal de Ensino Superior.
- Soucie, D. (2002). *Administracion, Organizacion, Gestion Desportiva*. Barcelona: INDE.

- Souza, N. J. (2000). *Desenvolvimento Económico*. São Paulo: Atlas.
- Teixeira, S. (1998). *Gestão de Organizações*. Lisboa: Mcgraw-Hill.
- Tenan, I. P. (2002). *Eventos*. São Paulo: Eleph .
- Toffler, A. (1980). *A Terceira Vaga*. Lisboa: Livros Brasil.
- Tomazoni, E. L. (2003). *Realização de Eventos e Negócios*. Buenos Aires: Centro de Investigaciones y Estudios Turisticos.
- Turismo de Portugal. (s.d.). Obtido de Portal do Turismo de Portugal: <http://www.visitportugal.com/Cultures/pt-PT/default.html>
- Turismo de Portugal IP - PENT. (2011). Obtido de Website do Turismo de Portugal: <http://www.turismodeportugal.pt>
- Viceconti, P. (2000). *Introdução à Economia* (4^a ed.). São Paulo: Frase.
- Wearing, S., & Neil, J. (2001). *Ecoturismo: Impactos, potencialidades e possibilidades*. São Paulo.

ANEXOS

ANEXO I - QUADROS EVENTOS DE SINES

ANEXO II - QUADRO EVENTOS CONCORRENTES

ANEXO III – HOTÉIS

ANEXO IV – PLANOS DE TURISMO E DE TURISMOS DESPORTIVO

ANEXO V – DINAMIZAÇÃO DE EVENTOS E ATIVIDADES DESPORTIVA

ANEXO VI – PLANO TRANSVERSAL

ANEXO VII – PLANO DE GESTÃO

Anexo I - Eventos no Concelho de Sines

Denominação: Alvalade / Porto Covo BTT

Organização: Alvaladense

Local: Alvalade / Porto-Covo

Data: Maio

Nº Participantes	
Internos	Externos
500	4800

Descrição

Prova de BTT que se inicia em Alvalade e termina em Porto Covo, com uma participação de 2000 ciclistas.

Categoria

Atividade Desportiva

Avaliação

Notoriedade elevada

Valência Turística

Devido ao elevado número de participantes e acompanhantes é um evento que está praticamente esgotado em termos de crescimento.

Complementos

As condições de excelência que o Porto Covo oferece, natureza, praias, gastronomia, etc.

Potencial

Não existem muitas condições para se aumentar o número de participantes e visitantes, no dia da prova está tudo completo a nível de alojamento e restauração em Porto Covo e em Sines.

Abrangência

Para além do apoio institucional da autarquia, são necessários cerca de 250 voluntários para a organização da prova.

Eventos no Concelho de Sines

Denominação: Grande Prémio Costa Azul Ciclismo

Organização: PAD / Caixa Agrícola Santiago do Cacém

Local: Sines

Data: Março

Nº Participantes	
Internos	Externos
600	400

Descrição

Prova de ciclismo para profissionais que se realiza nos concelhos do Litoral Alentejano.

Categoria

Atividade Desportiva

Avaliação

Média

Valência Turística

É uma prova que só está um dia em Sines, mas é muito importante para a hotelaria e restauração que conseguem uma ocupação quase total.

Complementos

A qualidade da organização, pois antes e durante a prova é possível assistir a tudo o que envolve uma organização desta grandeza.

Potencial

Com a alteração da data de realização, penso que será possível a vinda a Sines de equipas estrangeiras, para além do aumento da qualidade irá permitir a divulgação do concelho à imprensa e às equipas estrangeiras.

Abrangência

Evento com poucos custos para a autarquia, sendo a maior parte suportados pela Caixa Agrícola da Costa Azul, o que permite uma grande adesão dos grupos profissionais portugueses e internacionais.

Eventos no Concelho de Sines

Denominação: Festa da Nossa Senhora da Soledade

Organização: Paróquia / Junta de Freguesia de Porto-Covo

Local: Porto-Covo

Data: Agosto

Nº Participantes	
Internos	Externos
200	800

Descrição

A festa da padroeira de Porto-Covo, Nossa Senhora da Soledade, celebra-se no dia 29 de Agosto. O povo da aldeia leva a imagem em procissão pelas principais ruas. Existem programas de celebrações profanas.

Categoria

Turismo Religioso

Avaliação

Relevante

Valência Turística

A festa religiosa é paralela às festas de aldeia, a participação é menor, no entanto é bastante significativa devido ao período do ano em que decorre (último fim de semana de Agosto).

Complementos

O que a aldeia oferece, praias, gastronomia, atividades paralelas (artesanato).

Potencial

Devido às condições de logística necessárias, não existem meios para que se venha a aumentar o número de visitantes. As restrições financeiras para contratar espetáculos para os 3 dias em que decorrem as festas também são uma limitação.

Abrangência

Ligação muito forte entre todas as forças vivas da freguesia, assim como de várias entidades externas, com os apoios financeiros e logísticos.

Eventos no Concelho de Sines

Denominação: Carnaval de Verão

Organização: Associação Siga a Festa

Local: Sines

Data: Julho

Nº Participantes	
Internos	Externos
1500	2500

Descrição

Apresentando os carros alegóricos e as escolas de samba que já foram desfilar no Carnaval, a autarquia e a associação siga a festa organizam um evento de Verão permitindo aos muitos turistas que se encontram na região, assistir e divulgar o carnaval de Sines.

Categoria

Atividade Animação

Avaliação

Elevada

Valência Turística

O Carnaval de Verão realiza-se num período do ano em que o Concelho de Sines e os concelhos limítrofes têm muitos visitantes, para além disso é no mesmo período das do Festival de Gastronomia (Tasquinhas).

Complementos

Bom ambiente junto à Praia Vasco da Gama, Tasquinhas (gastronomia) e entradas gratuitas.

Potencial

Se a qualidade dos grupos de foliões e escolas de samba aumentar, é muito provável que o número de visitantes também aumente.

Abrangência

Associações do Concelho em conjunto com muitas pessoas que participam ativamente no desfile, não só de Sines mas também da região.

Eventos no Concelho de Sines

Denominação: Tasquinhas / Gastronomia

Organização: Câmara Municipal de Sines

Local: Sines

Data: Julho

Nº Participantes	
Internos	Externos
10000	15000

Descrição

Evento de gastronomia, com o objetivo de proporcionar a divulgação de alguns pratos tradicionais de Sines. Existe animação musical todos os dias ao longo dos 15 dias de realização do evento.

Categoria

Atividade Turística

Avaliação

Notoriedade Elevada

Valência Turística

Elevada com muitos turistas portugueses e estrangeiros, que visitam Sines antes da Realização do Festival Musicas do Mundo.

Complementos

Gastronomia, Música, Artesanato, Praia Vasco da Gama.

Potencial

Com algumas alterações a nível de infraestruturas poderá tornar-se um dos principais eventos de gastronomia a nível nacional.

Abrangência

Proporciona às Associações Culturais e Desportivas do concelho a sua divulgação, a par da gastronomia.

Eventos no Concelho de Sines

Denominação: Campeonato Nacional de Ginástica/Trampolins

Organização: Federação Portuguesa Ginástica / Academia Ginástica / CMS

Local: Sines	Data: Abril	Nº Participantes	
		Internos	Externos
		400	600

Descrição

Evento considerado de interesse para o concelho. Participam os melhores atletas nacionais num total de 52 clubes oriundos de vários pontos do país.

Categoria

Atividade Desportiva

Avaliação

Elevada

Valência Turística

Proporciona durante os dias em que decorre a ocupação dos alojamentos do Concelho, assim como uma ocupação quase total dos restaurantes.

Complementos

Bom espetáculo, muita adesão por parte da população, modalidade enraizada no Concelho e com muitos praticantes, fator motivacional ainda maior.

Potencial

Retorno financeiro para o comércio, hotelaria e restauração com um valor significativo, permitindo a divulgação turística do Concelho junto dos atletas e acompanhantes.

Abrangência

Relação excelente entre a Federação Portuguesa de Ginástica e a Câmara Municipal de Sines, o que permite a disponibilidade dos atletas da Seleção Nacional para participarem em eventos da Câmara Municipal de Sines sempre que solicitado.

Eventos no Concelho de Sines

Denominação: Comemoração do Dia do Município

Organização: Câmara Municipal de Sines

Local: Sines

Data: Novembro

Nº Participantes	
Internos	Externos
800	800

Descrição

O Município de Sines foi criado através do foral de D. Pedro em 24 de Novembro de 1632. Todos os anos nesta data é assinalada com iniciativas protocolares, culturais e desportivas promovidas pela autarquia.

Categoria

Atividade de Relevó

Avaliação

Relevante

Valência Turística

Devido aos diversos espetáculos culturais e desportivos, alguns visitantes deslocam-se de vários concelhos limítrofes para assistirem e em alguns casos para acompanharem os participantes nos eventos desportivos.

Complementos

Para além do programa previamente definido, os estabelecimentos escolares e algumas associações participam em exposições e debates de interesse sócio político.

Potencial

Devido às limitações de instalações culturais no concelho, o potencial de desenvolvimento não é muito grande, vamos aguardar pelo novo Pavilhão Desportivo que irá oferecer excelentes condições.

Abrangência

Grande envolvimento das forças vivas do Concelho (escolas, associações, autarquias, etc).

Eventos no Concelho de Sines

Denominação: Festa da Nossa Senhora das Salas

Organização: Comissão da Paróquia de Sines

Local: Sines

Data: Agosto

Nº Participantes	
Internos	Externos
1300	400

Descrição

Nos dias 14 e 15 de Agosto realizam-se as festas da padroeira dos pescadores de Sines. Realiza-se missa na Ermida e na Igreja Matriz, procissão pelo centro histórico e procissão no mar, com a participação das traineiras.

Categoria

Turismo Religioso

Avaliação

Notoriedade

Valência Turística

Devido ao cariz religioso o número de visitantes é diminuído, apesar de nesta altura do ano existirem muitos turistas na região.

Complementos

A procissão em terra, na zona antiga da cidade e a procissão no mar com as embarcações dos pescadores de Sines, são uma mais-valia para que a festa envolva muitas pessoas do concelho.

Potencial

É um evento limitado devido ao seu carácter religioso.

Abrangência

A ligação da terra ao mar é importante para que muitas pessoas, mesmo que não sejam católicas, participem ativamente na festa.

Eventos no Concelho de Sines

Denominação: Inovemprego

Organização: Câmara Municipal de Sines

Local: Sines

Data: Abril

Nº Participantes	
Internos	Externos
400	1200

Descrição

Feira de Emprego do Concelho de Sines com a participação das principais empresas do concelho (GALP, REPSOL, EDP, etc..).

Categoria

Atividade Social

Avaliação

Média

Valência Turística

Paralelamente à Feira existem debates sobre a temática, o que faz que tenha cada vez mais visitantes e participantes de todo o país.

Complementos

A Feira é realizada no Centro de Artes que oferece todas as suas valências. Os participantes e os seus acompanhantes têm a oportunidade de conhecer a excelente gastronomia do Concelho.

Potencial

Com o novo espaço atualmente em construção (Cidade Desportiva) a Feira irá crescer, pois trata de um tema bastante atual e de muito interesse não só para a população, mas também para a maior parte dos visitantes.

Abrangência

Grande envolvimento da autarquia e das principais empresas do Concelho, o que permite a vinda a Sines de figuras destacadas do governo.

Eventos no Concelho de Sines

Denominação: Teatro do Mar – Espetáculos de Rua

Organização:

Local: Sines

Data: Abril a Novembro

Nº Participantes	
Internos	Externos
1500	600

Descrição

Através da regeneração urbana o Teatro do Mar tem vindo a realizar espetáculos de elevada qualidade nas ruas de Sines, envolvendo alguns elementos da população e até mesmo visitantes.

Categoria

Atividade Cultural

Avaliação

Elevada

Valência Turística

Devido à elevada qualidade dos espetáculos anteriormente apresentados, tem-se vindo a verificar um aumento significativo de visitantes.

Complementos

Os espetáculos por norma são realizados no período da noite e Sines oferece umas excelentes condições para que antes e após o espetáculo os visitantes possam usufruir da gastronomia e da animação que existe em alguns locais do concelho.

Potencial

Após o término do programa de regeneração urbana, iremos verificar se existem condições para que se possa dar continuidade a estes espetáculos.

Abrangência

Envolvência da população em sinergia com os atores da companhia, inclusive algumas associações desportivas e culturais têm vindo a participar.

Eventos no Concelho de Sines

Denominação: Congressos / Encontros

Organização: Diversos Com o apoio da Câmara Municipal de Sines

Local: Sines

Data: Janeiro a Dezembro

Nº Participantes	
Internos	Externos
200	1500

Descrição

Diversas organizações solicitam ao longo do ano o espaço do Centro de Artes para organização de Congressos e Encontros, trazendo a Sines largas centenas de pessoas.

Categoria

Atividade Social

Avaliação

Média

Valência Turística

Proporciona a ocupação dos alojamentos e da restauração, bem como a divulgação turística do Concelho. Em alguns casos, proporciona igualmente visitas guiadas aos principais locais de interesse turístico.

Complementos

Exposições, Biblioteca e diversas atividades paralelas aos eventos

Potencial

Com uma maior divulgação, potencializa-se a procura do espaço para estes e outros eventos que poderão vir a acontecer.

Abrangência

Possibilita a vinda a Sines de visitantes nacionais e estrangeiros, o que permite dar a conhecer as condições que Sines tem para oferecer.

Eventos no Concelho de Sines

Denominação: Festas de Porto-Covo

Organização: Junta de Freguesia de Porto-Covo

Local: Porto-Covo

Data: Agosto

Nº Participantes	
Internos	Externos
2000	4000

Descrição

As festas tradicionais de Porto-covo têm um cariz profundamente turístico, com espetáculos de música, artesanato, desporto e jogos populares.

Categoria

Atividade Turística

Avaliação

Notoriedade Elevada

Valência Turística

Devido ao período do ano em que se realiza a festa (ultimo fim de semana de Agosto) a aldeia encontra-se repleta de turistas, no entanto são inúmeras as pessoas que se deslocam para assistir aos eventos.

Complementos

O que a aldeia oferece, praias, gastronomia, atividades paralelas (artesanato).

Potencial

Devido às condições de logística necessárias, não é possível aumentar o número de visitantes. As restrições financeiras para contratar espetáculos para os 3 dias em que decorrem as festas são também um constrangimento.

Abrangência

Ligação muito forte entre todas as forças vivas da freguesia, assim como de várias entidades externas com os apoios financeiros e logísticos.

Eventos no Concelho de Sines

Denominação: Quinzena da Juventude

Organização: Câmara Municipal de Sines

Local: Sines	Data: Março	Nº Participantes	
		Internos	Externos
		600	400

Descrição

O dia 28 de Março, Dia da Juventude, é assinalado em Sines com diversas atividades de índole cultural, com ênfase nos diversos espetáculos de música de acordo com os gostos musicais dos jovens.

Categoria

Juventude / Cultura

Avaliação

Regional

Valência Turística

Proporciona a vinda a Sines de jovens de diversas regiões do Alentejo durante os dias em que decorre o festival.

Complementos

Durante os 15 dias existem atividades paralelas de âmbito desportivo essencialmente aos fins-de-semana para ocupar as pessoas do Concelho e os visitantes.

Potencial

Mais estruturado e indo mais ao encontro dos gostos dos jovens é possível abranger um maior número de visitantes, principalmente da zona de Lisboa e Setúbal.

Abrangência

Forte ligação de escolas, associações e Casa da Juventude no processo de organização do evento (funciona com muitos jovens voluntários).

Eventos no Concelho de Sines

Denominação: Campeonato Nacional Surf (ANSP)

Organização: Sines Surf Club / ANSP

Local: São Torpes

Data: Abril a Novembro

Nº Participantes	
Internos	Externos
400	500

Descrição

Etapa do Campeonato Nacional de Surf (Profissional) de acordo com o calendário de ANSP.

Categoria

Atividade Desportiva

Avaliação

Elevada

Valência Turística

A elevada qualidade dos participantes e o facto de por norma a decisão do campeão nacional ser feita nesta prova, origina um grande número de assistentes.

Complementos

As praias de São Torpes e Morgavel, a excelente gastronomia que existe no local, e o fácil acesso para assistir ao evento.

Potencial

O mar não é controlável, pensamos que as ondas de São Torpes são as melhores do país. É importante dar a conhecer o local e temos verificado um aumento do número de visitantes.

Abrangência

Esta prova exige muitos meios da autarquia, da federação, do clube e dos muitos voluntários que colaboram na organização.

Eventos no Concelho de Sines

Denominação: Espetáculos Centro de Artes

Organização: Câmara Municipal de Sines

Local: Sines

Data: Janeiro a Dezembro

Nº Participantes	
Internos	Externos
1300	1000

Descrição

O Centro de Artes tem um programa cultural bastante enriquecedor, divulgado mensalmente, o que permite uma escolha de acordo com os gostos da população de Sines e dos concelhos e limítrofes.

Categoria

Atividade Cultural

Avaliação

Média

Valência Turística

Permite de acordo com a qualidade e tipo de espetáculos a aderência não só da população sineense mas também dos concelhos limítrofes.

Complementos

O Centro de Artes oferece para além dos espetáculos, uma biblioteca com varias valências, exposições e sala de leitura.

Potencial

Com o aumento de número de lugares do auditório, será possível um aumento do número de espetadores.

Abrangência

Os espetáculos são bastante diversificados desde o teatro, musica, escola de artes, etc.

Eventos no Concelho de Sines

Denominação: Festival de Danças de Salão e Latino Americanas

Organização: Associação Danças de Salão

Local: Sines	Data: Novembro	Nº Participantes	
		Internos	Externos
		400	800

Descrição

Decorre no início do mês de Novembro num dos mais prestigiados campeonatos da modalidade realizados em Portugal.

Categoria

Atividade Desportiva

Avaliação

Notoriedade

Valência Turística

Evento com participantes e acompanhantes de várias partes do país, tem vindo a crescer devido à qualidade que os bailarinos apresentam.

Complementos

Espectáculo diversificado desde iniciação até bailarinos profissionais.

Para os visitantes, tudo o que a cidade oferece (gastronomia, natureza, etc..).

Potencial

Com outro tipo de instalações é possível o aumento do número de bailarinos e por conseguinte de acompanhantes e visitantes.

Abrangência

Organização que funciona de uma forma perfeita com a colaboração de muitos voluntários e algumas associações do concelho.

Eventos no Concelho de Sines

Denominação: Sines CAT

Organização: ANA CAT

Local: Sines

Data: Abril a Maio

Nº Participantes	
Internos	Externos
300	600

Descrição

Evento Ibérico de Catamarans, que se realiza na Praia Vasco da Gama, com os melhores atletas ibéricos da modalidade.

Categoria

Atividade Desportiva

Avaliação

Elevada

Valência Turística

Para além dos muitos participantes, as diversas embarcações trazem muitos acompanhantes.

Complementos

O aspeto turístico e a gastronomia são uma mais-valia para além das excelentes condições que a baía de Sines oferece para a modalidade.

Potencial

O número de participantes e de visitantes tem vindo a aumentar, principalmente de Espanha. Pensamos que com maior divulgação será possível aumentar ainda mais o número de visitantes.

Abrangência

Organização da ANA CAT em colaboração com a autarquia que envolve uma serie de apoios diretos e indiretos.

Eventos no Concelho de Sines

Denominação: Comemorações do 25 de abril

Organização: Câmara Municipal de Sines

Local: Sines

Data: Abril

Nº Participantes	
Internos	Externos
2000	300

Descrição

Comemoração que se inicia no dia 24 de Abril na Avenida Vasco da Gama junto à Praia com concertos e fogo-de-artifício. Dia 25 desenvolvem-se atividades de cariz político, social, cultural e desportivo.

Categoria

Atividade de Relevó

Avaliação

Média

Valência Turística

O espetáculo musical e pirotécnico que se realiza na Avenida Vasco da Gama (junto à praia) no dia 24 de Abril à noite, traz a Sines muitos visitantes de concelhos limítrofes.

Complementos

A diversidade do programa, música, pirotecnia, desporto, política e atribuição das medalhas de mérito municipal.

Potencial

Limitado de acordo com as contingências financeiras.

Abrangência

Envolve todas as associações desportivas e culturais do concelho.

Eventos no Concelho de Sines

Denominação: Carnaval de Sines

Organização: Associação Siga a Festa

Local: Sines

Data: Fevereiro

Nº Participantes	
Internos	Externos
2000	3000

Descrição

Um dos mais antigos carnavais do país, conjugando o glamour do carnaval brasileiro e o espírito satírico português.

Categoria

Atividade Turística

Avaliação

Notoriedade Elevada

Valência Turística

Muitos visitantes durante os 3 dias de Carnaval, permitindo uma ocupação total de hotelaria e restauração do concelho. Excelente divulgação turística da região.

Complementos

Boa gastronomia, espetáculos pela noite dentro e Enterro do Carnaval na quarta-feira seguinte ao último desfile.

Potencial

Enorme potencial, cada ano que passa verifica-se um aumento do número de visitantes e o empenho da população para que o Carnaval de Sines cresça em quantidade e qualidade.

Abrangência

Evento de interesse não só regional, mas também nacional.

Participação de inúmeras pessoas não só organizadas em grupos mas também de foliões.

Eventos no Concelho de Sines

Denominação: Feira na Avenida

Organização: Câmara Municipal de Sines

Local: Sines

Data: Agosto

Nº Participantes	
Internos	Externos
2500	3000

Descrição

Tradicional feira de Sines que foi totalmente remodelada e alterado o seu conteúdo com uma vertente virada para o artesanato, gastronomia e música.

Categoria

Turística

Avaliação

Notoriedade elevada

Valência Turística

Porque decorre no mês de Agosto, faz deslocar a Sines inúmeros turistas de vários pontos do país e inclusive do estrangeiro. A cada ano que passa está a afirmar-se cada vez mais na região.

Complementos

Para além do objetivo da diversão e negócio, são proporcionados outros atrativos na Praia Vasco da Gama durante o dia e ao longo da noite, com a realização de espetáculos musicais com artistas consagrados.

Potencial

Com a requalificação da Avenida Vasco da Gama e com introdução de novas valências, a feira pode tornar-se num evento de grandiosidade turística.

Abrangência

Inserida num local magnífico, junto ao mar, é possível associar a praia, a gastronomia e atividades de índole desportiva.

Eventos no Concelho de Sines

Denominação: Festival Musicas do Mundo

Organização: Câmara Municipal de Sines

Local: Sines

Data: Julho

Nº Participantes	
Internos	Externos
20000	60000

Descrição

O maior Festival de World Music do país, é o maior e mais importante evento cultural do concelho, da melhor música do mundo.

Categoria

Atividades de relevo

Avaliação

Notoriedade elevada

Valência Turística

Imagem destacada da cidade e do Concelho, trazendo a Sines turistas dos 5 continentes. É um evento divulgado nas principais revistas da especialidade a nível mundial.

Complementos

Espectáculos realizam-se em diversos locais da cidade, principalmente no Castelo de Sines, terminando na Praia Vasco da Gama ao amanhecer.

Potencial

Evento reconhecido pelo Ministério da Cultura como de interesse nacional. Patrocinado pelo fundo comunitário QREN.

Abrangência

Consegue abranger pessoas de diversas faixas etárias, de vários pontos do mundo e de segmentos completamente diferenciados.

Anexo II - Síntese dos Eventos que fazem Concorrência aos do Concelho de Sines

Evento	Concelho	Tipo de Atividade	Período	Atratividade
Comemoração do 25 de Abril	Odemira	Cultural-Musica	Abril	Elevada
FACECO		Turística - Cultural	Junho	Elevada
TASS Jazz		Cultural	Junho	Média
Damiano - Xadrez		Desportiva	Outubro	Média
Feira do Turismo		Turística	Setembro	Média
Festival Sudoeste		Cultura-/Musica	Agosto	Notoriedade Elevada
Comemoração 25 de Abril	Santiago do Cacém	Cultural	Abril	Média
Feira do Monte		Sócio – Cultural	Setembro	Elevada
Festival Jazz		Cultural	Maio	Média
Espectáculos auditório		Cultural	Janeiro a Dezembro	Média
Feira Medieval		Cultural	Setembro	Elevada
Encontro Teatro		Cultural	Novembro	Média
Santiago			Junho	Elevada
Comemoração 25 de abril	Grândola	Cultural	Abril	Elevada
Feira do Chocolate		Gastronomia	Outubro	Elevada
Casino de Troia Espectáculos		Cultural	Janeiro a Dezembro	Média
Festas do Concelho		Sócio – Cultural	Janeiro a Dezembro	Elevada
Ultra Maratona		Desportiva	Junho	Elevada
Rota das Tabernas		Gastronomia	Outubro a Novembro	Média
Ovibeja, Feiras e Festas Tradicionais	Beja, Aljustrel, Ferreira do Alentejo	Música, Gastronomia, Artesanato e Desportiva	Janeiro a Dezembro	Notoriedade Elevada

Anexo III - Capacidade de alojamento no concelho de Sines

Hotéis e Residenciais

Designação	Localidade
Porto Covo Hotel Apartamento ***	Sines
Hotel Apartamento Sinerama ***	Sines
Albergaria Dom Vasco	Sines
Residencial Boa Esperança	Porto Covo
Residencial Búzio – II Cat.	Sines
Pensão Residencial Veleiro – I Cat.	Sines
Pensão Residencial Zé Inácio – II Cat.	Porto Covo
Pensão Residencial Carvalho – III Cat.	Sines

Alojamento Local

Designação	Localidade
Casa do Médico de S. Rafael	Sines
Habimar	Sines
Malhada	Sines

Parques de Campismo

Designação	Localidade
Parque de Campismo da Ilha do Pessegueiro ***	Porto Covo
Parque de Campismo do Porto Covo ***	Porto Covo
Parque de Campismo Costa do Vizir **	Porto Covo
Parque de Campismo de São Torpes *	São Torpes
Parque de Campismo de Sines *	Sines

Turismo Rural

Designação	Localidade
Casa de Campo Courela do Salgueiro	Porto Covo
Refúgio da Praia – Casas de Campo	Porto Covo

Na Freguesia de Porto Covo principalmente no período de verão existe ainda a possibilidade de alugar casas de habitação, o que acontece em grande número principalmente nos meses de Julho e Agosto.

Também em Porto Covo, S Torpes e Morgavel existem durante todo o ano inúmeras caravanas que ficam estacionadas normalmente mais do que 3 dias, no período de verão a estadia prolonga-se por , mais de 8 dias e em numero bastante elevado.

Anexo IV – Planos de Turismo e de Turismos Desportivo

EIXO	DESCRIÇÃO	PRIORIDADE	FINANCIAMENTO	PARCERIA
Alojamento Turístico (a construir)	Turismo Rural na Cabeça da Cabra	Média	Privado	Privado
	Turismo Rural em Morgavel	Média	Privado	Privado
	Turismo Rural no Paiol	Média	Privado	Privado
	Hotel de Porto Covo	Alta	Privado	Privado
	Resort de Porto Covo	Alta	Privado	Privado
	Hotel a construir na Cidade Desportiva	Alta	Privado	Privado
	Surf Camping em S. Torpes	Alta	Privado	Privado
	Parque de Campismo de Sines	Alta	Parceria	Privado
	Empreendimento da Cova do Lago em Sines	Alta	Privado	Privado
	Turismo Cultural	Requalificação e animação do Centro Histórico	Alta	CMS - QREN
Alargar o Festival Musicas do Mundo a Porto Covo		Alta	CMS - Privado	Privado
Descentralizar eventos culturais para Porto Covo		Alta	CMS	CMS
Eventos culturais englobados na Regeneração Urbana		Alta	CMS - QREN	QREN
Eventos culturais descritos nos quadros dos anexos		Alta	CMS – QREN - Privado	Privado

Turismo na Natureza	Balneários e vestiários na Barragem de Morgavel e S ^o Torpes	Alta	CMS - Privado	Privado
	Centro náutico na Barragem de Morgavel	Média	CMS - Privado	Privado
	Zonas de pesca desportiva na costa do norte, Porto Covo, e Morgavel	Alta	CMS	CMS
	Percursos pedestres em Porto Covo, Ribeira dos Moinhos e Paiol	Média	CMS	CMS
	Levantamento topográfico nas zonas do Paiol, Porto Covo e Ribeira dos Moinhos para eventos de orientação	Média	CMS	CMS

Fonte: Elaboração própria

Anexo V – Dinamização de Eventos e Atividades Desportiva

EIXO	DESCRIÇÃO	PRIORIDADE	FINANCIAMENTO	PARCERIA
Pesca Desportiva	Pesca de alto mar, em barcos turísticos	Média	Privado	Privado
	Pesqueiros devidamente marcados, e que ofereçam segurança, na costa do norte em Sines e em Porto Covo	Alta	CMS	CMS
	Prova de pesca de mar a realizar em Porto Covo	Alta	CMS	CMS
	Prova de pesca de água doce, a realizar na Barragem de Morgavel	Alta	CMS	CMS
Caça Turística	Caça turística nas reservas de Sines e Porto Covo	Alta	CMS - Privado	Privado
	Caçada aos Javalis	Alta	CMS - Privado	Privado
Atividade Desportiva	Guia da oferta da atividade desportiva do concelho	Alta	CMS	CMS
	Protocolo com entidades privadas que sejam proprietários de ginásios ou outros espaços desportivos	Alta	Privado	Privado
	Cartão de acesso às atividades desportivas regulares com preços mais acessíveis para turistas	Alta	CMS - Privado	Privado
	Atividades pontuais a realizar aos fins de semana	Alta	CMS - Privado	Privado
Turismo de Eventos	Eventos nacionais e internacionais que	Alta	CMS - Privado	Privado

Desportivos	promovam a vinda ao concelho de Sines de mais turistas			
	Eventos organizados em conjunto com os concelhos de Odemira e Santiago do Cacem	Media	CMS – Privado - Outras autarquias	Privado- outras autarquias
	Eventos desportivos de acordo com o plano de atividades já existente, e também com as propostas apresentadas no plano, que estão descritas nos quadros de eventos que se encontram nos anexos	Alta	CMS - Privado	Privado
Infraestruturas Desportivas	Requalificação e construção de instalações desportivas, de acordo com o quadro instalações desportivas nos anexos	Alta- Média	CMS - Privado	Privado

Fonte: Elaboração própria

Anexo VI – Plano Transversal

EIXO	DESCRIÇÃO	PRIORIDADE	FINANCIAMENTO	PARCERIA
Marketing e promoção turística	Reposicionamento do plano de marketing existente com o plano estratégico	Alta	CMS	CMS
	Estruturação da campanha promocional	Alta	CMS - Privado	Privado
	Ações de promoção dos eventos, e das atividades regulares e pontuais	Alta	CMS - Privado	Privado
	Promoção conjunta no exterior do turismo desportivo e do turismo industrial	Alta	CMS - Privado	Privado
	Divulgação do plano através dos meios que os parceiros têm ao seu dispor	Alta	Privado	CMS
Formação de Recursos Humanos	Técnicos desportivos para organização de eventos	Alta	CMS	CMS
	Técnicos desportivos para o desporto sénior	Alta	CMS	CMS
	Técnicos desportivos para atividades na natureza	Alta	CMS	CMS
	Guias e atendimento, curso de línguas, Inglês, Francês e Espanhol	Alta	CMS	CMS
Apoio ao investimento	Ações de estímulo ao investimento no espaço natural	Alta	Privado	Privado
	Protocolos com as diversas entidades de turismo tanto a nível	Alta	Privado	Privado

	regional como nacional			
	Envolver a Associação dos Empresários de Sines ao plano para que também exista da sua parte um forte empenho	Alta- Média	Privado	Privado
	Proporcionar a venda de terrenos a baixo custo, para que se resolva um dos principais problemas para o desenvolvimento do turismo no concelho, que é o alojamento de qualidade	Alta	CMS	CMS
Informação turística e de Turismo Desportivo	Revisão do plano de comunicação já existente com o SIDI	Alta	CMS	CMS
	Colocação de informação turística nos postos de turismo dos aeroportos de Lisboa, Faro e Porto	Alta	CMS - Privado	Privado
	Utilização dos meio audiovisuais da nova geração	Alta	CMS	CMS
	Encontrar um canal de comunicação em Espanha, que possibilite uma grande aproximação ao seu mercado de turismo	Alta	CMS - Privado	Privado

Fonte: Elaboração própria

Anexo VII – Plano de Gestão

EIXO	DESCRIÇÃO	PRIORIDADE	FINANCIAMENTO	PARCERIA
Gestão estratégica do turismo desportivo	Constituição de um órgão para implementação e monitorização do plano estratégico	Alta	CMS	CMS
Planeamento e gestão territorial	Conclusão do PP da Cidade Desportiva e de outros onde se verifique da necessidade	Alta	CMS	CMS
	Contemplar na revisão do PDM, o plano estratégico	Alta	CMS	CMS
	Criar as condições indispensáveis em Porto Covo, para aumentar a oferta de alojamento de qualidade	Alta	CMS - Privado	Privado
	Requalificação da estrada de Sines a Porto Covo junto ao mar	Alta- Média	CMS - QREN	QREN
	Finalizar a A26 que liga Sines ao nó da auto-estrada em Grândola	Alta-Média	Privado	Privado
	Ligação do IP a Beja para uma maior aproximação a Espanha	Alta-Média	Privado	Privado
	Iniciar a ciclovia de Sines a Porto Covo junto ao mar	Alta-Média	CMS - QREN	QREN

Fonte: Elaboração própria

