

# Diferenciar Coruche

ESTRATÉGIA PARA O TURISMO

2021—2026



## **DESIGNAÇÃO**

Diferenciar Coruche  
Estratégia para o Turismo 2021 -  
2026

## **PROMOTOR**

Município de Coruche

## **EXECUÇÃO**

IPDT- Turismo e Consultoria

## **CONTEÚDOS E DESIGN**

IPDT - Turismo e Consultoria

## **IMAGENS**

Município de Coruche

## **PUBLICAÇÃO**

novembro 2021

## **COPYRIGHT**

Município de Coruche

## ÍNDICE

|  |    |
|--|----|
| <b>Mensagem do Presidente</b> .....                              | 4  |
| <b>01. A construção da nossa Estratégia</b> .....                | 5  |
| <b>02. Compreender o nosso desempenho turístico atual</b> .....  | 8  |
| <b>03. O que pretendemos para o futuro</b> .....                 | 18 |
| <b>04. Como vamos trabalhar para alcançar os objetivos</b> ..... | 22 |
| <b>05. Que ações vamos alavancar</b> .....                       | 35 |

## MENSAGEM DO PRESIDENTE

É inquestionável que os turistas atuais e os de futuro são, e serão, diferentes. Adotam novos comportamentos, valorizam outros elementos, optam cada vez mais por destinos mais exclusivos que lhes ofereçam uma oferta diversificada. Coruche quer estar preparado para receber estes novos turistas!

Olhando para o ecossistema turístico de Coruche encontramos vários elementos diferenciadores que merecem ser potenciados, de forma estruturada, numa atuação combinada entre setor público e privado. “Diferenciar Coruche” é potenciar as nossas características únicas, recursos endógenos e localização estratégica, deste que é um concelho com um potencial turístico ímpar.

Foi com este objetivo em mente que o município de Coruche avançou com a elaboração de um Plano Estratégico para o Turismo.

Queremos orientar estrategicamente o turismo, colocar todos os agentes a falar a uma só voz, potenciar os nossos recursos naturais e culturais, comunicar melhor e junto de segmentos estratégicos, continuar a apostar na qualificação do serviço prestado, desenvolver produto e posicionar Coruche de forma diferenciadora no mercado.

Pretendemos e queremos melhorar, mas não massificar o território em que residimos.

Entendemos o turismo como um setor extremamente estratégico para o nosso município. Consideramos haver nele inúmeros benefícios, desde logo para a criação de emprego, para a fixação da população e para a dinamização dos negócios locais. Acreditamos que a aposta no turismo é, portanto, um valor seguro para o futuro de Coruche.

O concelho tem muito para oferecer e descobrir, como afirmamos “a lezíria é para ser vivida” e orgulhosamente brindamos ao que é nosso, somos a Capital Mundial da Cortiça.

A elaboração deste Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo de Coruche é um passo fundamental para a definição da nossa estratégia turística, enquanto processo dinâmico.

A envolvimento de todos é fundamental, constituindo-se a elaboração deste plano um exemplo de partilha e cooperação entre todos os agentes turísticos locais.

O turismo será um setor aberto, discutido e em constante melhoria com o contributo dos agentes económicos só setor, e o envolvimento da comunidade.

A todos o meu bem haja!

**Francisco Oliveira**

# 01.

## A construção da nossa Estratégia





## PONTO DE PARTIDA

# Preparar o destino. Diferenciar Coruche.

---

O turismo foi um dos setores que mais sofreu com a pandemia de COVID-19. O setor tem, hoje, novas e diferentes perspetivas que devem ser contempladas pelos destinos e pelas suas empresas com vista a uma atuação que dê resposta aos novos turistas.

Este é o momento de preparar e agir. De considerarmos a oferta do destino e as tendências da procura. De trabalharmos de forma integrada. De estimularmos, ainda mais, a colaboração. De criarmos ecossistemas turísticos mais atrativos para quem visita, mas sobretudo para quem reside. De assegurarmos uma atividade turística positiva para todos.

**A Estratégia para o Turismo de Coruche 2021-2026 é, nesta linha, a nossa resposta para os desafios do futuro. A nossa proposta para coordenar o trabalho de todos, e em conjunto – setor público e privado – Diferenciarmos Coruche.**

## O PROCESSO

# Pensar e construir em conjunto.

A Estratégia para o Turismo de Coruche 2021-2026 foi um processo dinamizado entre abril 2021 e agosto 2021. Durante o seu desenvolvimento foram realizadas várias reuniões – presenciais e online – com diversos atores do destino – públicos e privados - com o objetivo de ‘pensarmos Coruche’ e de identificarmos desafios e oportunidades, para construirmos o futuro do destino.

## METODOLOGIA

### DADOS PRIMÁRIOS

Reuniões presenciais, videochamadas e questionários online aplicados ao trade, stakeholders, entidades institucionais e decisores políticos do destino.

### DADOS SECUNDÁRIOS

Análise e tratamento de dados disponíveis nas principais fontes de informação do setor, internacionais e nacionais, assim como de estudos publicados com relevância para a definição da estratégia do destino.

## PROCESSO

### 2021

#### abril

Planeamento & Sessão Inicial de Apresentação

#### maio

Diagnóstico

#### julho

Estratégia para o Turismo

#### agosto

Plano de Ação

#### novembro

Aprovação e Apresentação Pública

← Reuniões e Inquéritos ao Trade, *Stakeholders* e Agentes Políticos →

# 02.

## Compreender o nosso desempenho turístico atual





# Um Pulmão Verde, a menos de 1h de Lisboa.

## Proximidade a Lisboa

Coruche está a menos de 1h de Lisboa e do Aeroporto Humberto Delgado

## Ecosistema Natural de Excelência

Cerca de 50% da área de Coruche é Montado de Sobro. É o município português com maior extensão contínua.

## Segurança

Coruche regista baixos níveis de criminalidade.

## Capital Mundial da Cortiça

Coruche é o maior produtor mundial de Cortiça. A tiragem da cortiça é um dos melhores exemplos de exploração florestal sustentável.

## 17 mil residentes

Coruche tem verificado uma gradual quebra populacional e um ligeiro aumento da população com mais de 65 anos.

## Baixa densidade populacional

Coruche é o 10º município com maior extensão territorial em Portugal.



# Setor primário com bastante peso e Turismo em grande crescimento.

## 1/4 das empresas atuam no setor primário

Um quarto das empresas de Coruche atuam ao nível da agricultura, produção animal, caça, flores e pesca. Este setor é também responsável por cerca de 25% dos empregos dos coruchenses.

## As indústrias transformadoras geram 20% do VAB

Estas são responsáveis por 1/5 do VAB anual gerado em Coruche, empregando cerca de 15% dos coruchenses.

## O comércio é a atividade que gera maior volume de negócios

Esta é atividade com maior peso no volume de negócios global anual de Coruche (30%)

## O turismo é dos setores que mais cresce em Coruche

Apesar de ainda não ser o setor mais forte da economia do município, o turismo é dos setores que mais cresce.

### TURISMO DE CORUCHE EM 2019

#### EMPRESAS

123 | 7%

+5% vs 2018

#### PESSOAL AO SERVIÇO

337 | 7%

+9% vs 2018

#### VOLUME DE NEGÓCIOS

14.4 M€ | 4%

+18% vs 2018

#### VAB DAS EMPRESAS

5.2 M€ | 6%

+19% vs 2018

Fonte: Ine, 2021

# Capacidade de alojamento reduzida, mas em crescimento.



## Capacidade de Alojamento:

UF Coruche, Fajarda e Erra — 252  
Couço — 109

Santana do Mato — 24  
São José da Lamarosa — 18  
Branca — 10

## + 5 alojamentos + 93 camas/utentes em 2021

Entre dezembro 2020 e junho 2021 foram registados mais 5 alojamentos, com capacidade de alojamento para 93 camas/utentes.

## Dos 29 alojamento de Coruche, 24 são alojamentos locais

A grande maioria das unidades de alojamento de Coruche são Alojamentos Locais (sobretudo moradias), tipologia que tem vindo a verificar um grande crescimento desde 2016.

## 5 são empreendimentos turísticos

Foco em alojamento em espaço local: 2 Agroturismo; 1 Casa de Campo; 2 Turismo de Habitação.

## 6 em 10 unidades localizam-se na UF Coruche, Fajarda e Erra

20 das 29 unidades de alojamento situam-se nesta União de Freguesias.

## COMPREENDER A OFERTA TURÍSTICA

# Empresas do turismo “maduras” e associações com elevado dinamismo.

**30**

Restaurantes em Coruche. A maioria localiza-se na UF Coruche, Fajarda e Erra.

**10**

Empresas de animação de animação turística registadas em Coruche e que comercializam atividades com foco na natureza (ativa e contemplativa).

**2**

Agências de viagens registadas em Coruche, e que apresentam dinâmica na organização de iniciativas de relevo.

**+**

Coruche tem um vasto número de associações culturais e desportivas que assumem um papel determinante na dinamização do destino, inclusive na organização de eventos e atividades

Fonte: RNT, dados de junho 2021

# Dormidas e proveitos em subida substancial.



## Dormidas e hóspedes quase duplicam

Em 2019, Coruche alcança, pela primeira vez, a marca das 10 mil dormidas, quase duplicando o valor registado em 2015.

## Proveitos de aposento sobem bastante

Entre 2015 e 2019, os proveitos de aposento aumentaram em média 23% ao ano.

## RevPAR aumenta ligeiramente

Apesar do aumento do número de hóspedes, entre 2015 e 2019, as empresas de alojamento aumentaram apenas 1€ o seu RevPAR.

|                           | 2015      | 2019      | Evolução |
|---------------------------|-----------|-----------|----------|
| <b>Dormidas</b>           | 5 mil     | 10 mil    | + 94%    |
| <b>Hóspedes</b>           | 2,8 mil   | 5,3 mil   | + 85%    |
| <b>Proveitos Aposento</b> | 147 mil € | 334 mil € | + 127%   |
| <b>REVPAR</b>             | 9,8 €     | 11,0 €    | +12%     |

Fonte: INE, 2021

# Menos sazonalidade nas dormidas e maior ocupação-cama.



## Estada média estável próxima das 2 noites

A estada média dos fixa-se ligeiramente abaixo das 2 noites, situação, contudo, similar à que se regista na NUT II Alentejo.

## Sazonalidade das dormidas baixa substancialmente

Destaque para a forte diminuição da proporção do número de noites registadas entre julho e setembro, face aos demais meses do ano. Um indicador positivo rumo ao objetivo “turismo todo o ano”.

## Taxa de ocupação sobe

Entre 2015 e 2019, este indicador apresenta várias oscilação anuais. Em 2017, a taxa de ocupação foi de 28%, tendo sido esse o máximo registado.

|                              | 2015 | 2019 | Evolução |
|------------------------------|------|------|----------|
| <b>Estada-média (noites)</b> | 1,8  | 1,9  | + 0,1    |
| <b>Taxa de sazonalidade</b>  | 43%  | 38%  | - 5 p.p. |
| <b>Taxa Ocupação-cama</b>    | 17%  | 21%  | + 4 p.p. |

Fonte: INE, 2021

COMPREENDER O QUE 'DIZEM DE CORUCHE' NOS CANAIS DIGITAIS E NAS AVALIAÇÕES DAS PLATAFORMAS DIGITAIS



# Montado, Rio Sorraia, balonismo e serviços de qualidade.

## FEEDBACK DIGITAL

Nas publicações online as palavras que melhor descrevem Coruche são:

- **Montado**
- **Território Rural**
- **Tranquilidade**
- **Sorraia**
- **Tradição**
- **Serenidade**
- **Paisagem**
- **Tauromaquia**

### O que visitar?

#### Mais referido:

- Rio Sorraia
- Museu Municipal de Coruche + Núcleos
- Observatório do Sobreiro e da Cortiça
- Igreja de N. Sr.<sup>a</sup> do Castelo

### O que fazer?

#### Mais referido:

- Passeios de balão de ar quente
- Experimentar a gastronomia
- Percursos pedestres
- Percursos cicláveis/BTT
- Tauromaquia/Equestre



### Alojamentos:

**9 em 10** avaliam a experiência como muito positiva, com destaque para o atendimento e a limpeza dos espaços.



### Restaurantes:

**8 em 10** avaliam experiência como muito positiva, com destaque para a qualidade das refeições

Fonte: Conteúdos websites e blogs com sugestão de visita a Coruche; Avaliações Booking, Google, Airbnb, TripAdvisor;

# Sorraia, Montado e Tranquilidade diferenciam Coruche, mas estrutura turística necessita qualificação.

## TOP 10

### Pontos Fortes & Elementos Diferenciadores:

1. Rio Sorraia
2. Montado de Sobro
3. Tranquilidade
4. Tradição Tauromáquica
5. Gastronomia
6. Paisagem e Biodiversidade
7. Segurança e Qualidade de Vida
8. Hospitalidade
9. Eventos culturais/desportivos
10. Proximidade a Lisboa



## A MELHORAR TOP 5

1. Capacidade da oferta de alojamento
2. Oferta regular de atividades de animação turística
3. Cooperação e dinamismo dos agentes privados
4. Comunicação e notoriedade do destino
5. Sinalética e informação turística no destino



## A EXPLORAR TOP 5

1. Maior procura por destinos e atividades sustentáveis
2. Procura crescente por destinos de natureza
3. Redescoberta do próprio país
4. Adoção de estilos de vida mais saudáveis
5. “Fuga” para o campo – ruralidade /natureza a apenas 40 minutos de Lisboa



COMPREENDER A PERCEÇÃO DA COMUNIDADE LOCAL

# Turismo agrega valor e gera impactos positivos.

**89%**

O turismo é determinante para dinamizar a economia, gerar emprego e diminuir a perda de população em Coruche.

**86%**

O turismo é muito importante para valorizar, preservar e dinamizar a história, o património e as tradições de Coruche

**84%**

O turismo gera impactos socioculturais e ambientais altamente positivos para Coruche

# 03.

## O que pretendemos para o futuro



O NOSSO POSICIONAMENTO E A NOSSA VISÃO  
ESTRATÉGICA PARA O FUTURO DE CORUCHE

# Coruche, destino panorâmico.

## POSICIONAMENTO:

Um refúgio na natureza perto de Lisboa, repleto de paisagens naturais vivas e protegidas, que combinam o montado de sobro, a lezíria e o Sorraia, num cenário rural de plena serenidade e tranquilidade, que pode ser fruído do ar, da água e da terra de forma ativa, e que é habitado por pessoas com História, que marcam momentos, que respeitam, se orgulham e mantêm vivas as tradições, e preservam o ambiente e a sua biodiversidade.

## PRINCÍPIO ESTRATÉGICO:

Pretendemos que o turismo em Coruche se desenvolva de forma sustentável, estruturando e criando produto turístico, atraindo investimento, comunicando consequentemente e envolvendo sempre a comunidade.

# Queremos que o Turismo em Coruche contribua ativamente para o nosso desenvolvimento territorial, com impactos efetivos a nível económico, social, cultural e ambiental.

## Economia

- Aumentar o volume de negócios e o VAB das empresas
- Aumentar o número de novas empresas
- Aumentar a taxa de sobrevivência das novas empresas
- Aumentar o peso do turismo no volume de negócios de bens e serviços

## Sociedade

- Aumentar a oferta de emprego
- Aumentar o rendimento médio mensal
- Fixar a população residente
- Atrair novos residentes
- Dinamizar todo o território (freguesias)
- Manter a limpeza dos espaços públicos e estimular a qualificação destes

## Cultura

- Aumentar a notoriedade das tradições e dos elementos identitários de Coruche
- Melhorar a oferta cultural do destino
- Valorizar o património imaterial coruchense
- Proteger e potenciar o património construído
- Aumentar a procura por produtos locais

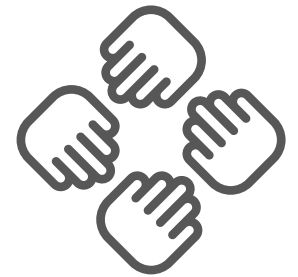
## Ambiente

- Preservar os ambientes naturais (terra, água e ar)
- Aumentar o número de negócios com práticas de eficiência energética e da água
- Manter a relação de respeito homem-animal
- Aumentar a taxa de resíduos reciclados
- Aumentar a utilização de fontes de energia “verdes”

## METAS 2026

# Ver além das estatísticas do turismo, sentir a opinião dos nossos residentes.

Vamos medir o sucesso do turismo com base no impacto positivo percebido pela comunidade local e os agentes turísticos. Em 2026, queremos que...



**95%** considerem que a dinâmica turística melhorou substancialmente face a 2021

**85%** considerem existir equilíbrio entre as suas necessidades e as dos turistas

**90%** considerem que o turismo gera impactos socioculturais e ambientais altamente positivos para Coruche

**95%** considerem que o turismo é determinante para dinamizar a economia, gerar emprego e diminuir a perda de população de Coruche

**80%** considerem que os elementos culturais identitários são eficientemente trabalhados pelo destino

**80%** sentem-se envolvidos e auscultados no processo de desenvolvimento turístico

# 04.

## Como vamos trabalhar para alcançar os objetivos



TRABALHAR OS ELEMENTOS ONDE TEMOS CONDIÇÕES ÚNICAS

# Priorizaremos a aposta em 12 ativos estratégicos que nos diferenciam no mercado.

O nosso produto turístico é a conjugação harmoniosa destes ativos.



A maior área de Montado de Sobro em Portugal



Uma paisagem marcada pela agricultura e pela presença da vida animal



Um rio com História e contemporaneidade



Pistas de pesca de referência internacional



Uma das mais extensas redes de percursos de Gravel em Portugal



Atividade privada de animação turística de alto valor acrescentado



Percursos pedestres que combinam paisagem e cultura



Uma herança taumáquica de elevada riqueza



Localidades vivas com história, património e tradições preservadas



Gastronomia tradicional e vinhos com toque pessoal



Eventos que marcam a agenda regional/nacional



Infraestruturas de receção para autocaravanistas de qualidade e dimensão considerável

TRABALHAR PÚBLICOS-ALVO COM MAIOR PREDISPOSIÇÃO  
PARA VIAJAR PARA CORUCHE

**Comunicar, promover e vender o destino junto de públicos mais predispostos ao consumo de experiências turísticas com base nos 12 ativos estratégicos do destino.**





TRABALHAR SEGMENTOS QUE VALORIZAM PRODUTOS  
SIMILARES AOS ATIVOS ESTRATÉGICOS DE CORUCHE

## Identificamos 9 segmentos de viajantes que permitem a Coruche ser um destino competitivo e desenvolvido de forma sustentada.



### AMANTES DE NATUREZA PRESERVADA

Grupos de amigos ou famílias, com ou sem filhos, que procuram experiências de contacto com a natureza e com os animais.



### EXPLORADORES DO MONTADO

Individuais ou grupos, que procuram o destino para participar em atividades (ex: PR's), realizar negócios ou investigar temas relacionados com o Montado de Sobro.



### ADEPTOS DE DESPORTOS DE NATUREZA

Praticantes de ciclismo com especial interesse em percursos de gravel.

Praticantes de atividades náuticas no rio e/ou na natureza que procurem um destino para se desafiarem, relaxarem ou treinarem.

## TRABALHAR SEGMENTOS QUE VALORIZAM PRODUTOS SIMILARES AOS ATIVOS ESTRATÉGICOS DE CORUCHE

### FIM-DE-SEMANISTAS PORTUGUESES

Grupos de amigos ou famílias, com ou sem filhos, que valorizam atividades em grupo/família, com tranquilidade e segurança.

### ROAD LOVERS

Famílias ou grupos de amigos que procuram experiências “na estrada”. Podem apresentar interesse no autocaravanismo ou em percorrer destinos de carro ou mota.

### ADEPTOS DE CAÇA E PESCA DESPORTIVA

Individuais ou grupos de amigos com especial interesse em atividades – de competição, ou de lazer – ao nível da caça e pesca.

### NÓMADAS DIGITAIS

Individuais ou casais que procuram áreas rurais para trabalhar à distância e fruir de experiências turísticas em simultâneo.

### AFICIONADOS TAUROMÁQUICOS

Pessoas com interesse elevado na história e nas atividades tauromáquicas, que procurem participar nestas de forma ativa ou contemplativa.

### SOL DE INVERNO

Individuais ou casais, residentes em países com escassas horas de sol, sobretudo nos períodos de inverno e primavera e que procuram destinos de climas temperados e com mais horas de luz natural.

TRABALHAR EM MERCADOS COM COMPORTAMENTOS SOCIOECONÓMICOS RELEVANTES

# Devemos explorar estes 9 segmentos em Portugal e nos mercados internacionais que viajam para Portugal.

Nomeadamente, aqueles que têm acesso a voos diretos para Lisboa.



## MAIOR FOCO

Nível 1 - Crescer mais e consolidar



- Mercados presentes no turismo de Coruche; estratégicos para a região ; e com particular apetência para experiências baseadas nos ativos do destino.

## EXPLORAR OPORTUNIDADES

Nível 2 - Diversificar



- Mercados pouco presentes no turismo de Coruche, mas que estão consolidados em Portugal, possuem características económicas relevantes e consomem tradicionalmente produtos turísticos similares aos da oferta coruchense.

TRABALHAR A COMUNICAÇÃO PARA OS TURISTAS  
E PARA A COMUNIDADE LOCAL

# Vamos comunicar Coruche aos visitantes e reforçar o posicionamento do destino através de uma comunicação contínua, orientada e consequente.

Comunicar para os visitantes:

1. Selecionar o público-alvo (mercados + segmentos)
2. Adotar uma comunicação assente em 4 mecanismos

## 1. Canais Digitais

Comunicar o destino através do website turístico e das redes sociais dedicadas ao turismo.

- MAIOR FOCO

## 2. Canais Offline

Comunicar junto da imprensa e operadores turísticos (Press/Famtrips) especializados nos temas dos ativos estratégicos de Coruche.

- ATUAÇÃO COMPLEMENTAR

## 3. Associações

Colaborar em proximidade com grupos e associações locais, regionais, nacionais e internacionais especializados em áreas estratégicas para Coruche.

- ATUAÇÃO COMPLEMENTAR

## 4. Eventos de nicho

Captar e/ou organizar e/ou apoiar eventos de nicho que se enquadrem na dinamização dos ativos estratégicos de Coruche.

- EXPLORAR OPORTUNIDADES

## TRABALHAR A COMUNICAÇÃO PARA OS TURISTAS E PARA A COMUNIDADE LOCAL

# Vamos comunicar continuamente com a comunidade local, dando a conhecer os impactos positivos do turismo, e sensibilizando para a sua importância no processo de bem-receber.

### AGENTES ECONÓMICOS

- Organizar e partilhar informação relevante para apoio à tomada de decisão estratégica dos empresários do turismo
- Comunicar o progresso da implementação da Estratégia para o Turismo, e auscultar a sua perceção sobre o processo ou novas necessidades
- Estimular a realização de ações conjuntas de promoção entre município e privados

→ CANAIS DIGITAIS DO MUNICÍPIO

→ REUNIÕES

→ EMAIL

→ WORKSHOPS

### RESIDENTES

- Sensibilizar os residentes para a sua importância na experiência turística
- Comunicar os impactos positivos do turismo na economia, cultura e ambiente
- Promover o turismo como um setor sustentável, e que acrescenta valor a Coruche
- Comunicar o progresso do turismo no destino

→ CANAIS DIGITAIS DO MUNICÍPIO

→ BOLETINS MUNICIPAIS

→ PUBLICIDADE EXTERIOR

→ REUNIÕES EM ASSOCIAÇÕES  
LOCAIS

TRABALHAR DE FORMA CONCERTADA  
ENTRE SETOR PÚBLICO E PRIVADO

**Estimularemos a criação  
de novas experiências  
turísticas assentes nos 12  
ativos estratégicos, que  
promovam o *cross-selling*  
e alavanquem a procura  
turística de Coruche.**

---



TRABALHAR DE FORMA CONCERTADA  
ENTRE SETOR PÚBLICO E PRIVADO

## Apoiaremos os privados na aposta continua na qualificação da oferta e dos seus recursos humanos.



### OBJETIVO

Pretende-se que, a curto-prazo, Coruche seja um destino mais reconhecido pela qualidade do seu atendimento, pela presença de espaços tradicionais atrativos e acessíveis para todos e com empresas que implementam práticas de sustentabilidade.



1. Recomenda-se que os agentes privados procurem gradualmente qualificar os seus serviços, mantendo uma aposta na capacitação dos recursos humanos.
2. Sem perder os seus elementos característicos, sugere-se que as empresas apostem na inovação e qualifiquem as suas infraestruturas, beneficiando dos incentivos financeiros existentes a nível nacional.
3. Recomenda-se - não colocando em causa a sua sustentabilidade financeira - que os agentes promovam uma gradual adaptação dos seus negócios para dar resposta às necessidades, ao nível da mobilidade, por pessoas com incapacidade física, seniores, famílias com bebés e similares.
4. Recomenda-se que os agentes implementem práticas sustentáveis no seu quotidiano, e que as promovam junto da comunidade e dos seus clientes.

TRABALHAR DE FORMA CONCERTADA  
ENTRE SETOR PÚBLICO E PRIVADO

## Sensibilizaremos os agentes turísticos a atuar de acordo com uma estratégia de preço que promova a geração de valor para as empresas e para os seus profissionais.



### OBJETIVO

Pretende-se que o desenvolvimento turístico e o aumento da rentabilidade das empresas tenha reflexo efetivo na sua sustentabilidade económica e na melhoria da qualidade de vida dos recursos humanos afetos.



1. Recomenda-se que os agentes privados apostem continuamente na capacitação da sua oferta turística, com vista à melhoria da qualidade do serviço prestado – infraestrutura e atendimento. A política de preço deverá acompanhar essa melhoria, e o crescimento da procura turística, de forma a potenciar um eventual ajuste dos preços de acordo com padrões de qualidade reconhecidos. As atividades turísticas que apresentem um elevado cariz de diferenciação, exclusividade e personalização da experiência (quer pela qualidade do serviço, quer pela especialização/história/tradição da empresa, quer pela notoriedade já existente no mercado nacional/internacional) devem adotar, progressivamente, uma política de preço que reflita a qualidade e exclusividade da oferta.

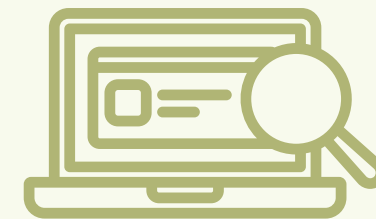


TRABALHAR DE FORMA CONCERTADA  
ENTRE SETOR PÚBLICO E PRIVADO

## Sensibilizaremos os agentes para privilegiar a distribuição que permita a venda direta, mantendo uma presença dinâmica nas plataformas digitais.

### OBJETIVO

Pretende-se aumentar a venda dos serviços turísticos de Coruche a públicos segmentados, através da melhoria da presença digital, e de colaborações com operadores especializados nos ativos estratégicos de Coruche e das suas empresas.



1. Recomenda-se que os agentes privados priorizem a capacitação e a dinamização dos seus canais digitais (websites, redes sociais, email) para aumentar a venda direta junto dos seus públicos-alvo.
2. É também essencial que os agentes estejam presentes nas principais plataformas de reserva e/ou compra de experiências online para aumentar a sua notoriedade, a visibilidade no mercado e a consequente venda.
3. Os agentes turísticos devem, igualmente, colaborar com operadores turísticos e DMC's nacionais e/ou internacionais, privilegiando os especializados nas suas atividades e segmentos principais.
4. É fundamental, ainda, que os agentes privados de Coruche desenvolvam parcerias com vista à comercialização de experiências integradas no destino.

TRABALHAR DE FORMA CONCERTADA  
ENTRE SETOR PÚBLICO E PRIVADO

# Defenderemos a adoção de uma atuação que permita ao visitante e aos seus residentes fruir Coruche na sua plenitude, todos os dias, ao longo do ano.

## OBJETIVO

A curto-prazo, deverá existir uma vasta e regular oferta de serviços e atividades turísticas ao longo da semana e do ano para usufruto dos turistas e residentes, sobretudo em momentos de maior afluência ao destino (ex: eventos).



1. Recomenda-se que, de forma gradual, ao fim-de-semana – sobretudo ao domingo –, os negócios locais possam estar disponíveis para visita e consumo por parte dos turistas e residentes.
2. Recomenda-se que as atividades turísticas sejam realizadas de forma regular. Caso a atividade não seja passível de se realizar durante a semana, ou numa época específica do ano, essa informação deverá ser comunicada.
3. Quando ocorrem eventos em Coruche recomenda-se que os agentes privados – sobretudo restauração e comércio – ajustem os períodos de funcionamento para aumentar a oferta de serviços aos visitantes do destino. É essencial que exista uma articulação prévia entre os organizadores dos eventos e os agentes privados.

# 05.

**Que ações vamos  
alavancar**



# Vamos implementar 6 programas de ação

para dar resposta os objetivos pretendidos para o futuro do turismo em Coruche. As ações propostas são, também, resultado da auscultação dos agentes económicos do município.

## 1. PRODUTO

Criar e/ou estruturar elementos de visita que permitam qualificar e consolidar a oferta local, posicionando Coruche no mercado de forma diferenciada.

## 2. COMUNICAÇÃO

Criar um sistema de promoção turística do destino, com recurso às ferramentas atuais e ao uso de estratégias segmentadas.

## 3. COOPERAÇÃO

Estimular a colaboração e as parceiras dos agentes de Coruche, com operadores turísticos; e assegurar a presença do destino em redes de trabalho.

## 4. SOCIEDADE

Capacitar os profissionais do turismo, sensibilizar os residentes e promover medidas de responsabilidade social.

## 5. INVESTIMENTO

Capacitar o destino de condições que permitam atrair investimento para o turismo e apoiar os empresários locais.

## 6. MONITORIZAÇÃO

Acompanhar a evolução do turismo em Coruche e em Portugal, considerando as tendências de mercado, para eventuais ajustes à estratégia.

| PROGRAMA 1 - PRODUTO   |               |
|--|---------------|
| AÇÃO   | IMPLEMENTAÇÃO |
| 1.1. Inscrição da Tiragem da Cortiça no Inventário Nacional do Património Cultural Imaterial | 2021-2022     |
| 1.2. Desenvolver infraestrutura de visita e interpretação do Montado de Sobro                | 2022-2023     |
| 1.3. Desenvolver infraestruturas para na observação panorâmica da paisagem coruchense        | 2022-2026     |
| 1.4. Desenvolver a Rede Municipal de Percursos Pedestres                                     | 2021-2022     |
| 1.5. Desenvolver o Centro de <i>Cycling</i> da Erra e a oferta de percursos de cicláveis     | 2021-2022     |
| 1.6. Desenvolver percursos equestres   | 2022-2024     |
| 1.7. Desenvolver a Área de Serviço para Autocaravanas da Erra                                | 2021-2022     |
| 1.8. Potenciar atividades e projetos no Rio Sorraia  | 2022-2026     |
| 1.9. Desenvolver espaços de <i>co-working</i>  | 2021-2022     |
| 1.10. Reforçar a qualidade e a cobertura da rede móvel                                       | 2021-2023     |
| 1.11. Programa de embelezamento e de qualificação do espaço público                          | 2022-2026     |

| PROGRAMA 1 - PRODUTO  |               |
|---|---------------|
| AÇÃO  | IMPLEMENTAÇÃO |
| 1.12. Desenvolver infraestrutura polivalente de apoio a atividades de animação turística                        | 2022-2023     |
| 1.13. Desenvolver o “património de resistência” do Couço  | 2023-2026     |
| 1.14. Aprofundar a proteção, o conhecimento e a disseminação do património tradicional e etnográfico de Coruche | 2022-2026     |
| 1.15. Apoiar e consolidar os eventos de referência do destino   | Em contínuo   |
| 1.16. Programa de captação de eventos de nicho  | 2022-2026     |
| 1.17. Dinamizar eventos culturais   | 2022-2026     |
| 1.18. Rede de apoio a eventos   | 2022-2026     |
| 1.19. Promover o receituário tradicional  | 2023-2024     |
| 1.20. Capacitar a visita ao património religioso e espaços museológicos   | 2022-2023     |
| 1.21. Capacitar os elementos de apoio aos Caminhos de Santiago  | 2022-2023     |
| 1.22. Desenvolver a interpretação e visita ao património arqueológico do destino                                | 2024-2026     |
| 1.23. Qualificar as pistas de pesca de Coruche  | 2022-2026     |

| PROGRAMA 2 - COMUNICAÇÃO  |               |
|---|---------------|
| AÇÃO  | IMPLEMENTAÇÃO |
| 2.1. <i>Rebranding</i> da marca turística de Coruche                            | 2021-2022     |
| 2.2 Renovar o portal “Visit Coruche”  | 2022          |
| 2.3. Dinamizar as redes sociais do “Visit Coruche”                              | Em contínuo   |
| 2.4. Desenvolver/atualizar material promocional                                 | Em contínuo   |
| 2.5. Reforçar a sinalética e informação turística ao longo do território        | 2022-2023     |
| 2.6. Reforçar a informação turística nos pontos de entrada dos visitantes       | 2022-2023     |
| 2.7 Programa de “Boas-Vindas” para estágios/momentos de treino                  | 2022-2026     |
| 2.8. Realizar blog, press e famtrips  | 2022-2026     |
| 2.9. Colaborar com <i>influencers</i> digitais                                  | 2022-2026     |
| 2.10. Participar em feiras de turismo estratégicas                              | 2024-2026     |
| 2.11. Apostar em projetos/iniciativas para valorização do património            | 2022-2026     |
| 2.12. Programa de estímulo à visita do território por parte dos viajantes da N2 | 2022-2026     |
| 2.13. Adaptar ou desenvolver informação turística acessível                     | 2022-2024     |

| PROGRAMA 3 - COOPERAÇÃO  |               |
|--|---------------|
| AÇÃO   | IMPLEMENTAÇÃO |
| 3.1. Programa de visitas para agentes turísticos coruchenses           | 2022-2026     |
| 3.2 Encontro do Turismo de Coruche                                     | 2022-2026     |
| 3.3. Participação em redes nacionais/internacionais estratégicas       | 2022-2026     |
| 3.4. Colaborar com associações ou federações estratégicas para Coruche | 2022-2026     |
| 3.5. Colaborar em projetos intermunicipais                             | 2022-2026     |
| 3.6. Integrar projetos de sustentabilidade                             | Em contínuo   |



| PROGRAMA 4 - SOCIEDADE  |               |
|---|---------------|
| AÇÃO  | IMPLEMENTAÇÃO |
| 4.1. Programa de capacitação para o turismo de Coruche                          | 2022-2026     |
| 4.2. Programa “As caras do turismo de Coruche”                                  | 2022-2023     |
| 4.3 Campanha de sensibilização para o turismo dirigida aos residentes           | Em contínuo   |
| 4.4. Desenvolvimento de “Guia para a Sustentabilidade”                          | 2022          |
| 4.5. Programa “Turismo + Sustentável”   | 2022-2026     |
| 4.6. Programa “Produtos da Terra”   | 2022          |
| 4.7. Campanha de valorização das pessoas e dos saberes                          | 2022-2026     |
| 4.8. Ações de responsabilidade social   | 2023-2026     |
| 4.9. Dinamizar a relação entre a indústria, as herdades e os agentes turísticos | Em contínuo   |
| 4.10. Campanha “Saúde Coruche”  | 2023-2026     |

| PROGRAMA 5 - INVESTIMENTO                                      |               |
|--|---------------|
| AÇÃO   | IMPLEMENTAÇÃO |
| 5.1. Desenvolver manual para o investidor                      | 2022          |
| 5.2 Realizar ações de captação de investidores externo         | 2022-2026     |
| 5.3. Estimular e apoiar o investimento interno                 | Em contínuo   |
| 5.4. Atualização das oportunidades de financiamento em turismo | Em contínuo   |
| 5.5. Partilha de Boas Práticas em turismo                      | Em contínuo   |

| PROGRAMA 6 - MONITORIZAÇÃO   |               |
|--|---------------|
| AÇÃO   | IMPLEMENTAÇÃO |
| 6.1. Monitorizar as dinâmicas turísticas                               | Em contínuo   |
| 6.2. Monitorizar o feedback digital dos negócios do turismo de Coruche | Em contínuo   |
| 6.3 Monitorizar a opinião dos residentes                               | 2022-2026     |
| 6.4. Monitorizar a opinião dos agentes económicos                      | 2022-2026     |
| 6.5. Monitorizar o impacto dos eventos                                 | 2022-2026     |
| 6.6. Monitorizar a implementação da Estratégia                         | 2022-2026     |

DIFERENCIAR CORUCHE.

**Uma visão comum.  
Um trabalho mais  
colaborativo.  
Um contributo real  
para a comunidade.  
Um resultado alcançado  
por todos.**

**2026 é já amanhã!**



