

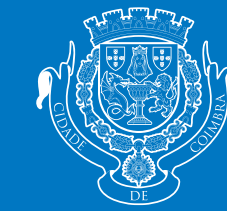
**ESTRATÉGIA PARA O TURISMO DE COIMBRA**  
27 SET 2023 | DIA MUNDIAL DO TURISMO



# DIA MUNDIAL DE TURISMO **ESTRATÉGIA PARA O TURISMO DE COIMBRA**

27 DE SETEMBRO DE 2023





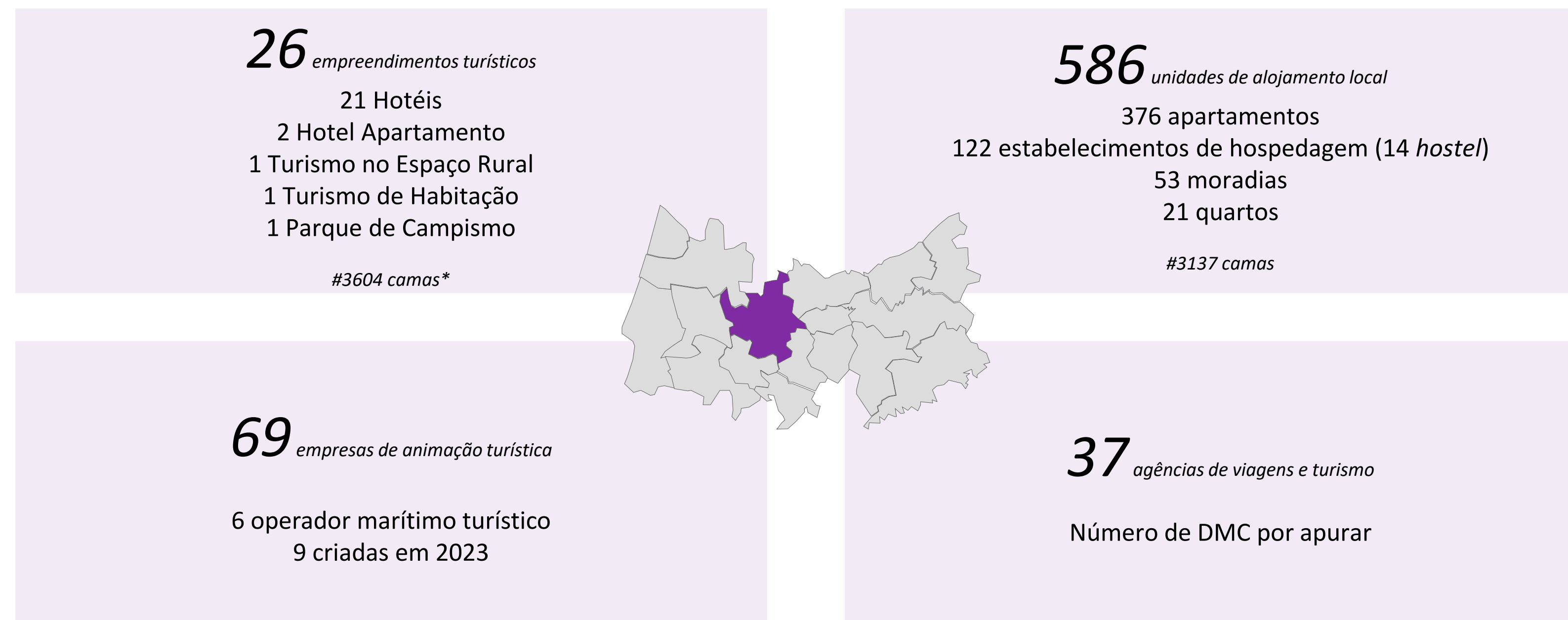
**BEM VINDOS**

ESTRATÉGIA PARA  
O TURISMO  
DE COIMBRA

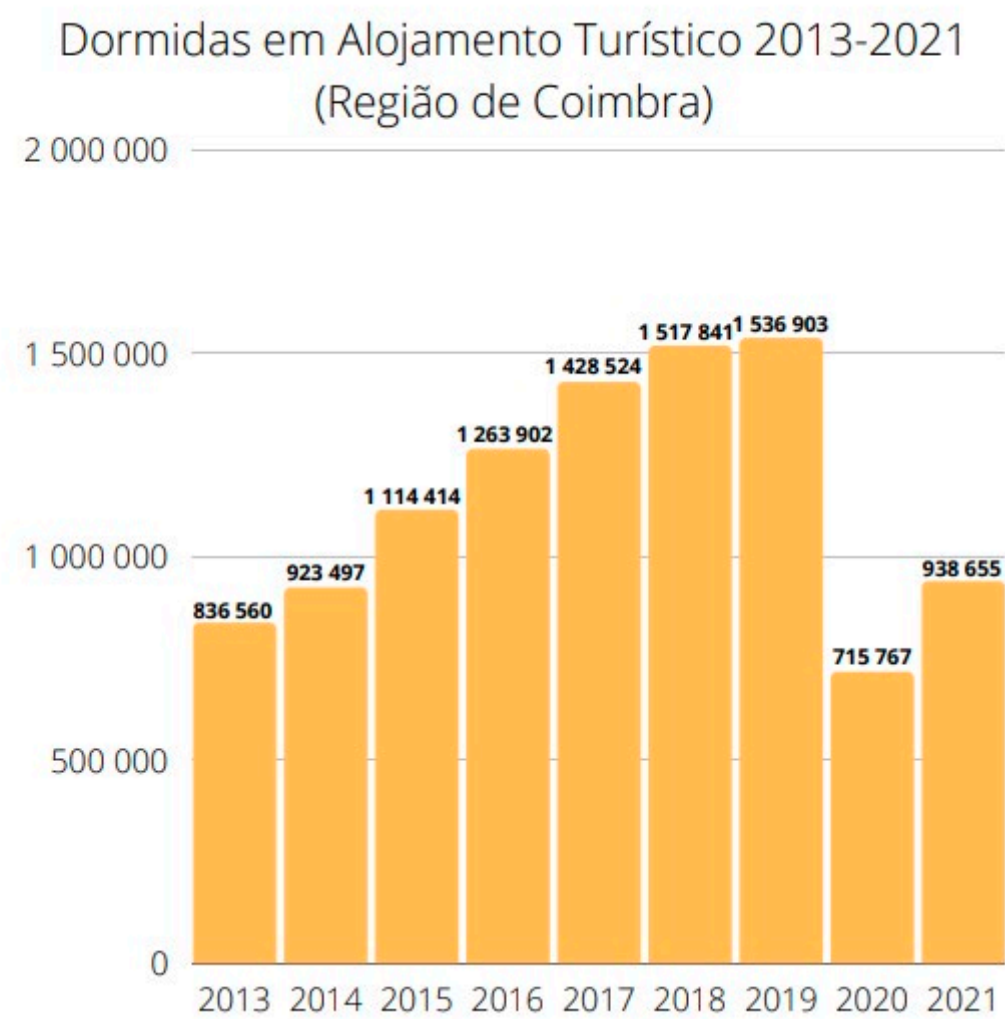
# CAMINHO REALIZADO



# DIAGNÓSTICO OFERTA



# DORMIDAS PROCURA TURÍSTICA DO CONCELHO DE COIMBRA



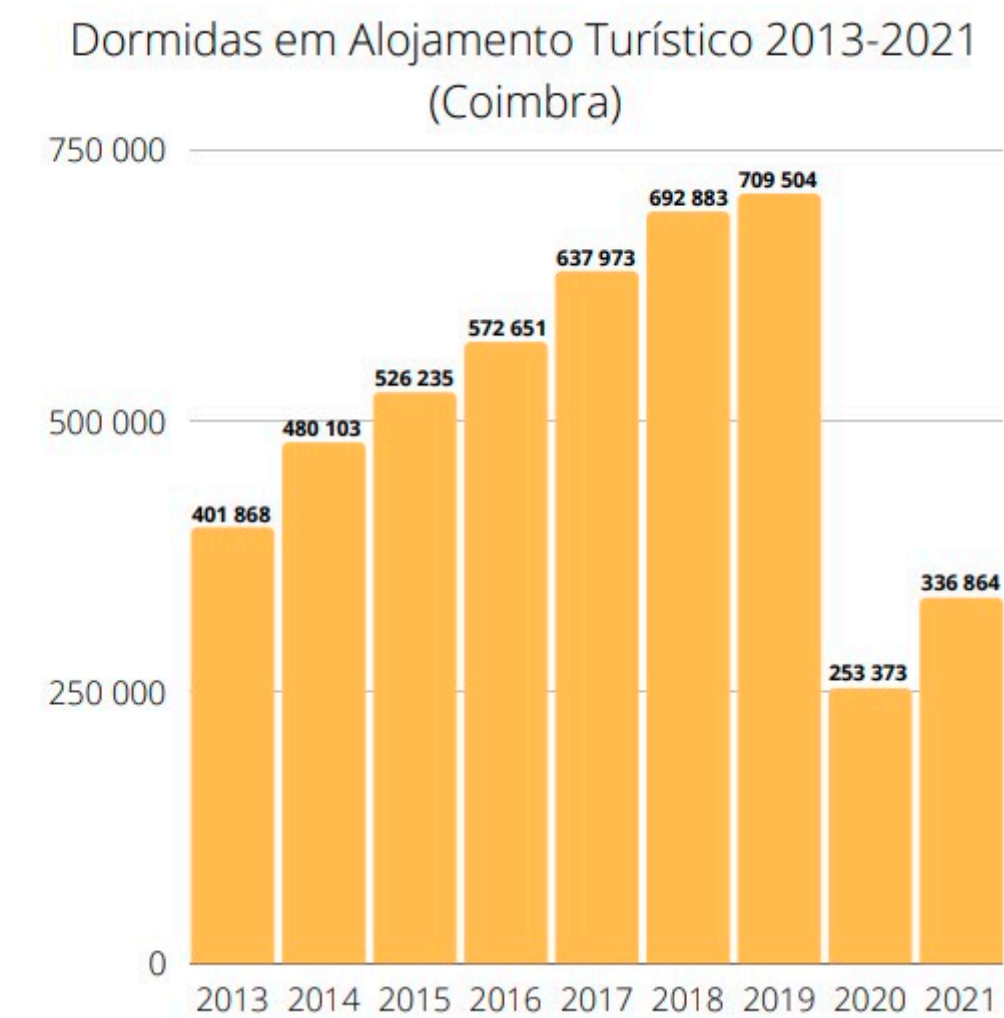
Varição de  
Dormidas  
2013-2019

✓ 84%

Varição de  
Dormidas  
2019-2021

↓ -39%

2022  
1 482 057



Varição de  
Dormidas  
2013-2019

✓ 77%

Varição de  
Dormidas  
2019-2021

↓ -53%

2022  
652 146



# ESTADA MÉDIA PROCURA TURÍSTICA DO CONCELHO DE COIMBRA



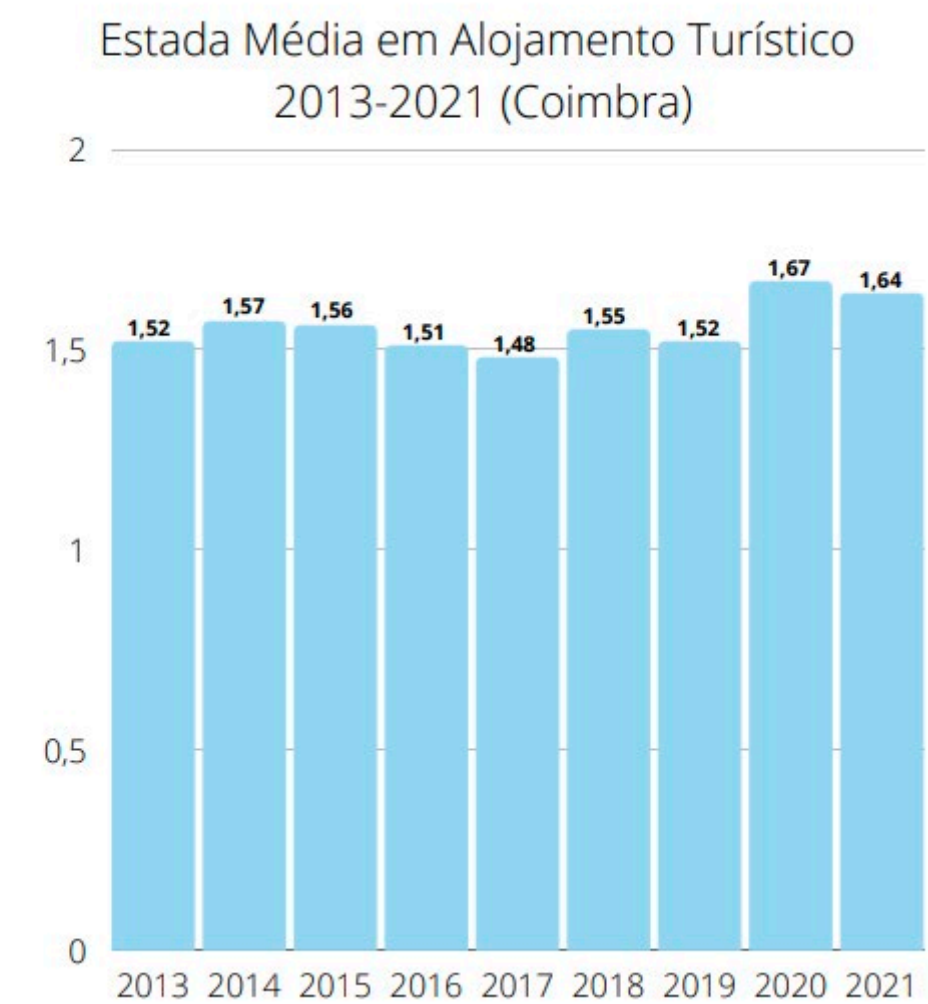
Varição  
Estada Média  
2014-2019  
↓ -0,02 dias

Varição  
Estada Média  
2019-2021  
✓ 0,17 dias

\*Segredo Estatístico



2022  
1,7



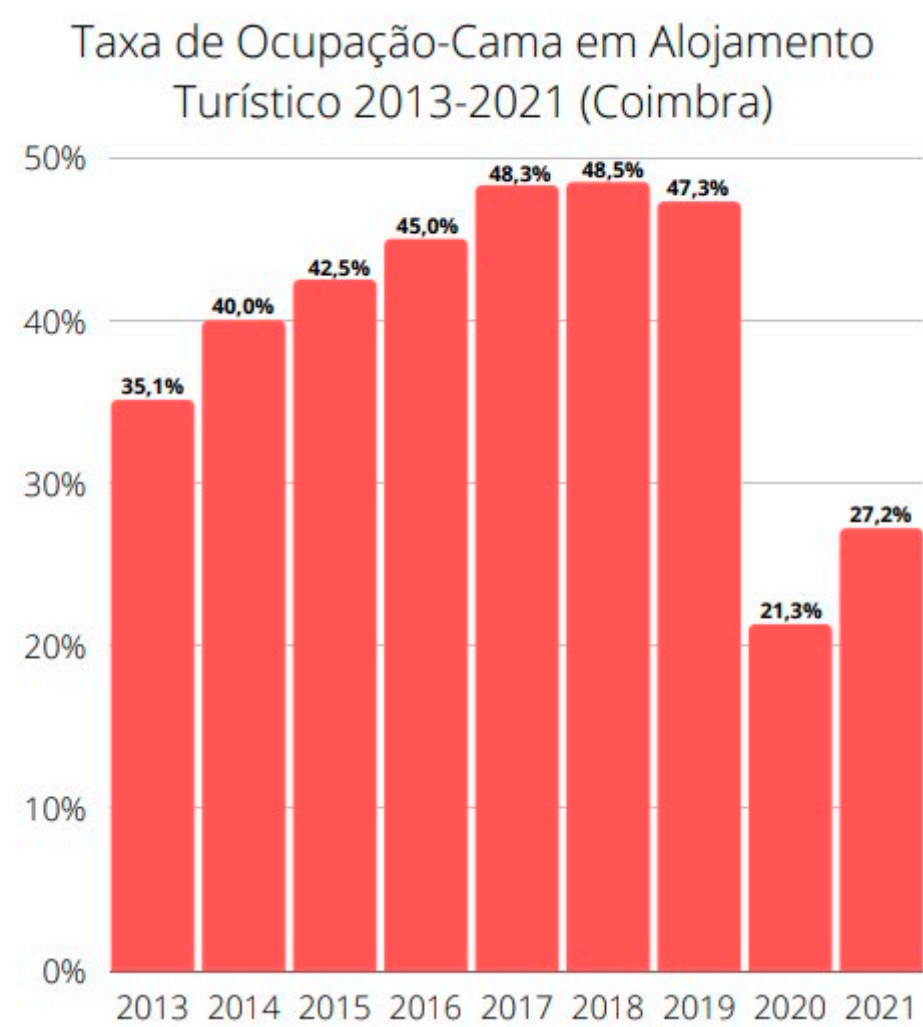
Varição  
Estada Média  
2013-2019  
✓ 0 dias

Varição  
Estada Média  
2019-2021  
✓ 0,12 dias



2022  
1,5

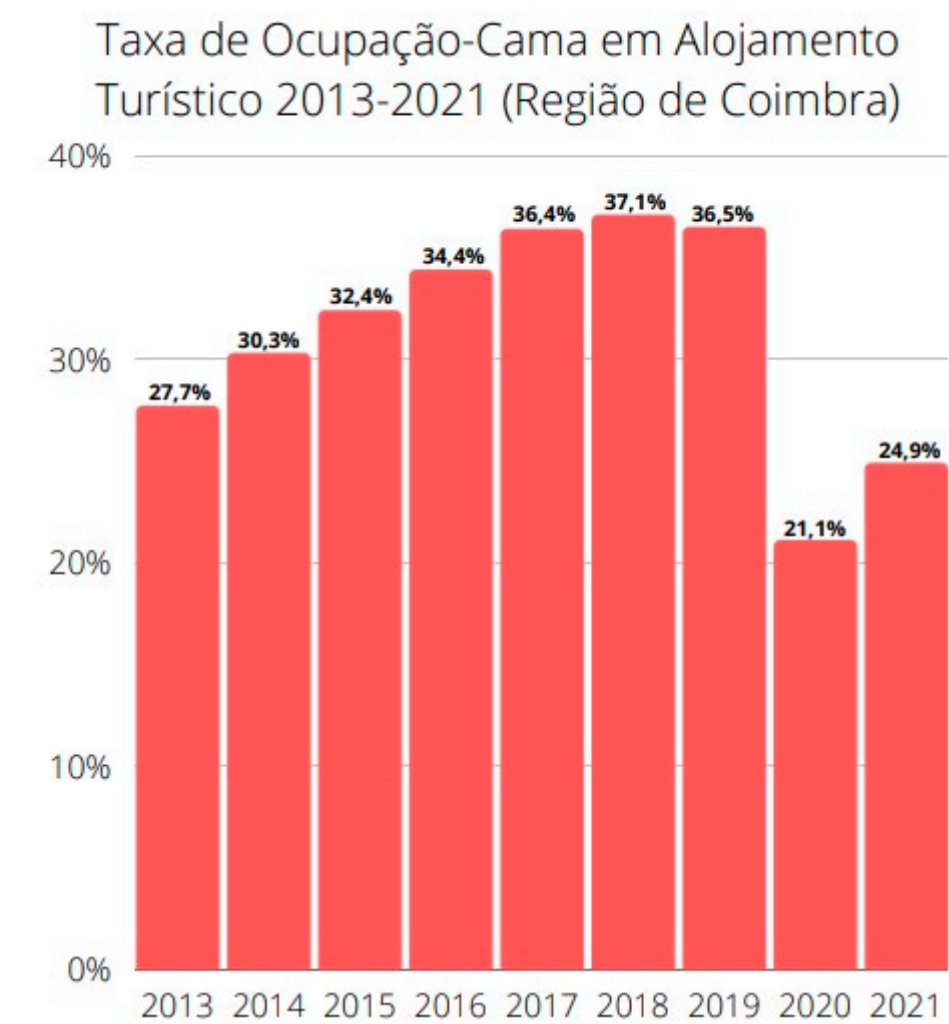
# TAXA DE OCUPAÇÃO CAMA PROCURA TURÍSTICA DO CONCELHO DE COIMBRA



Varição  
Ocupação-Cama  
2013-2019  
✓ **12,2 p.p.**

Varição  
Ocupação-Cama  
2019-2021  
✗ **-20,1 p.p.**

**2022**  
33,4%



Varição  
Ocupação-Cama  
2013-2019  
✓ **8,8 p.p.**

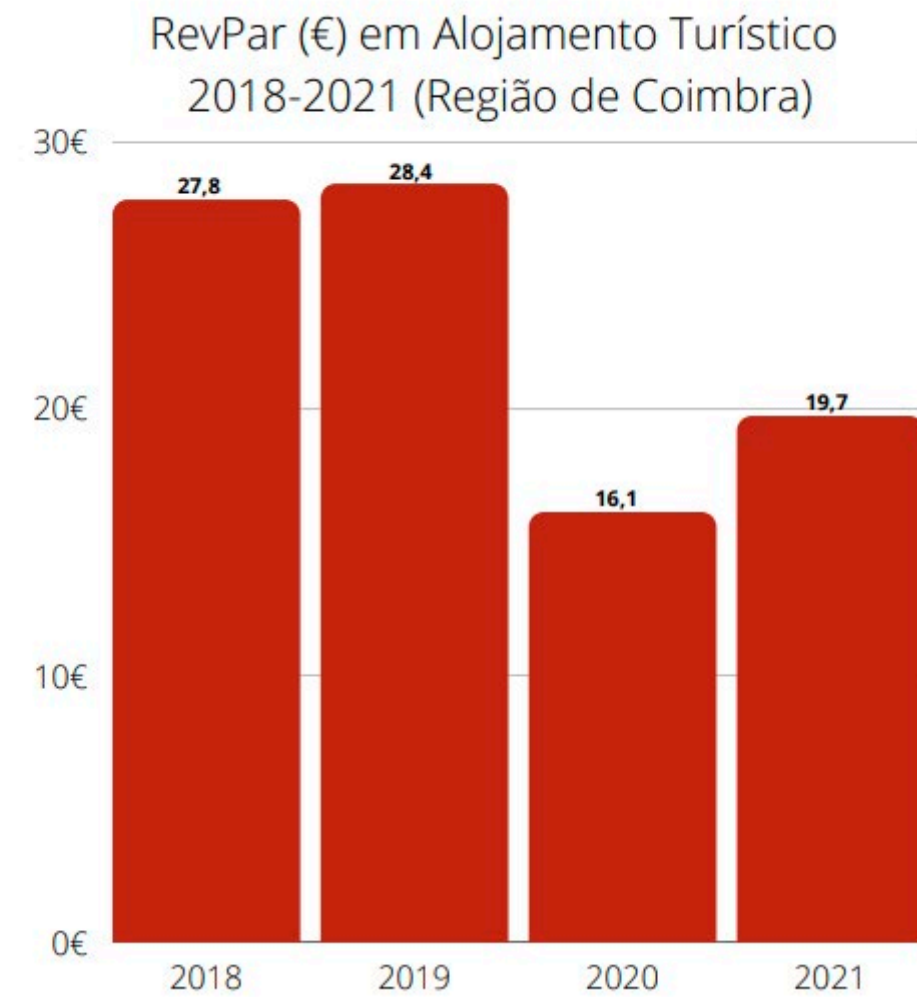
Varição  
Ocupação-Cama  
2019-2021  
✗ **-11,6 p.p.**

**2022**  
44,1%



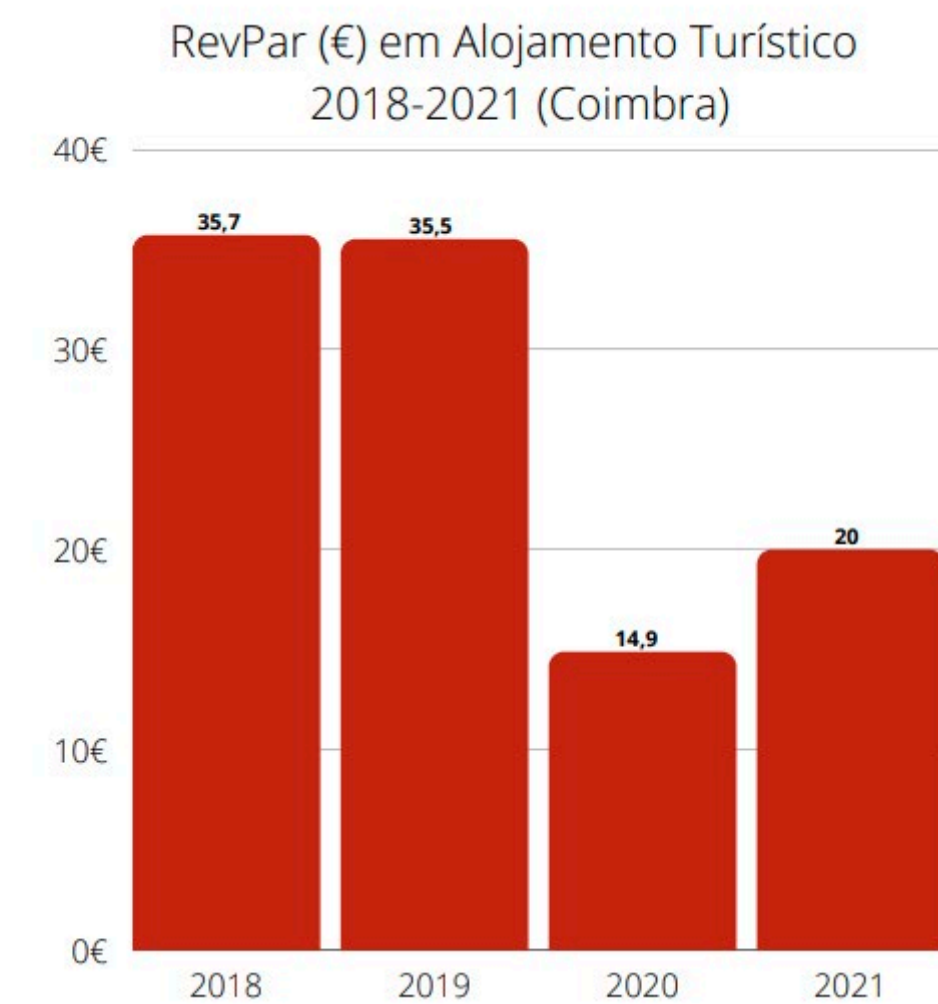
# RevPAR

## PROCURA TURÍSTICA DO CONCELHO DE COIMBRA



Varição  
RevPar (€)  
2018-2021  
↓ -8,1€

2022  
29,7€

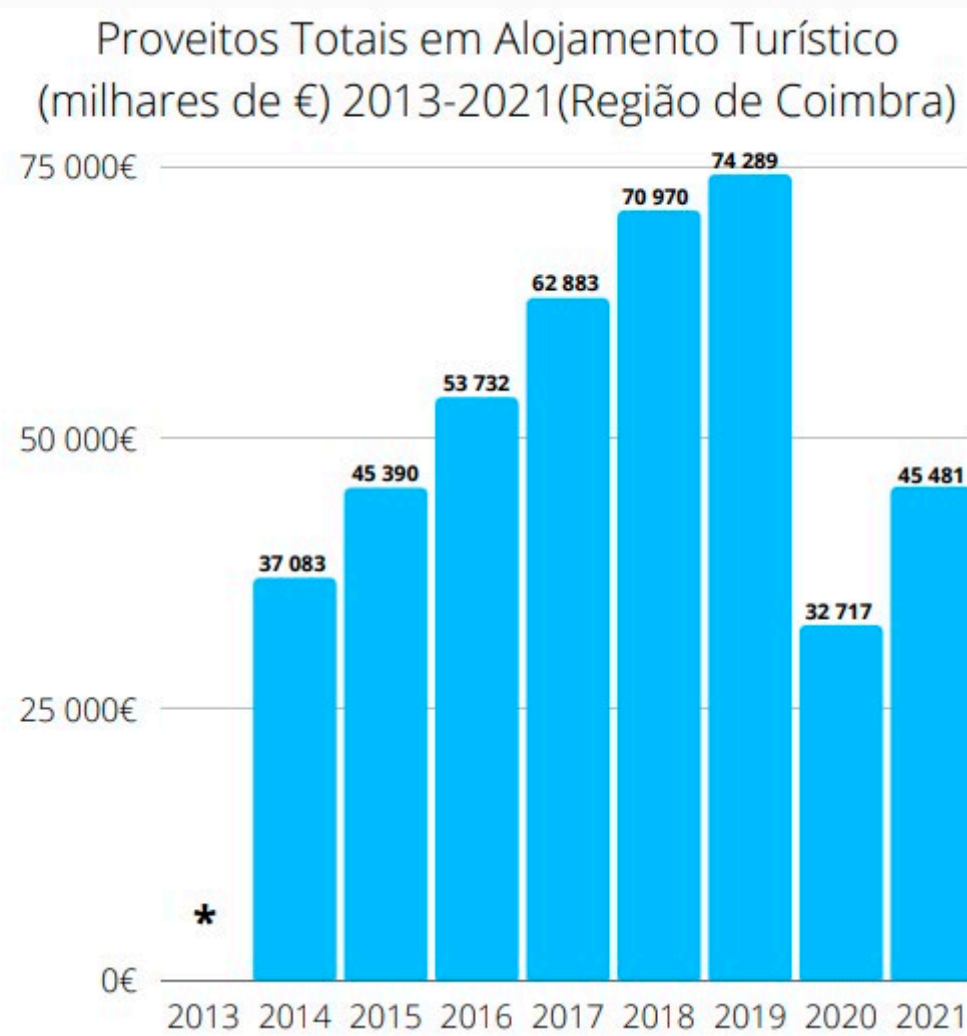


Varição  
RevPar (€)  
2018-2021  
↓ -15,7€

2022  
37,7€



# PROVEITOS TOTAIS PROCURA TURÍSTICA DO CONCELHO DE COIMBRA



Varição de Proveitos 2014-2019

✓ 100%

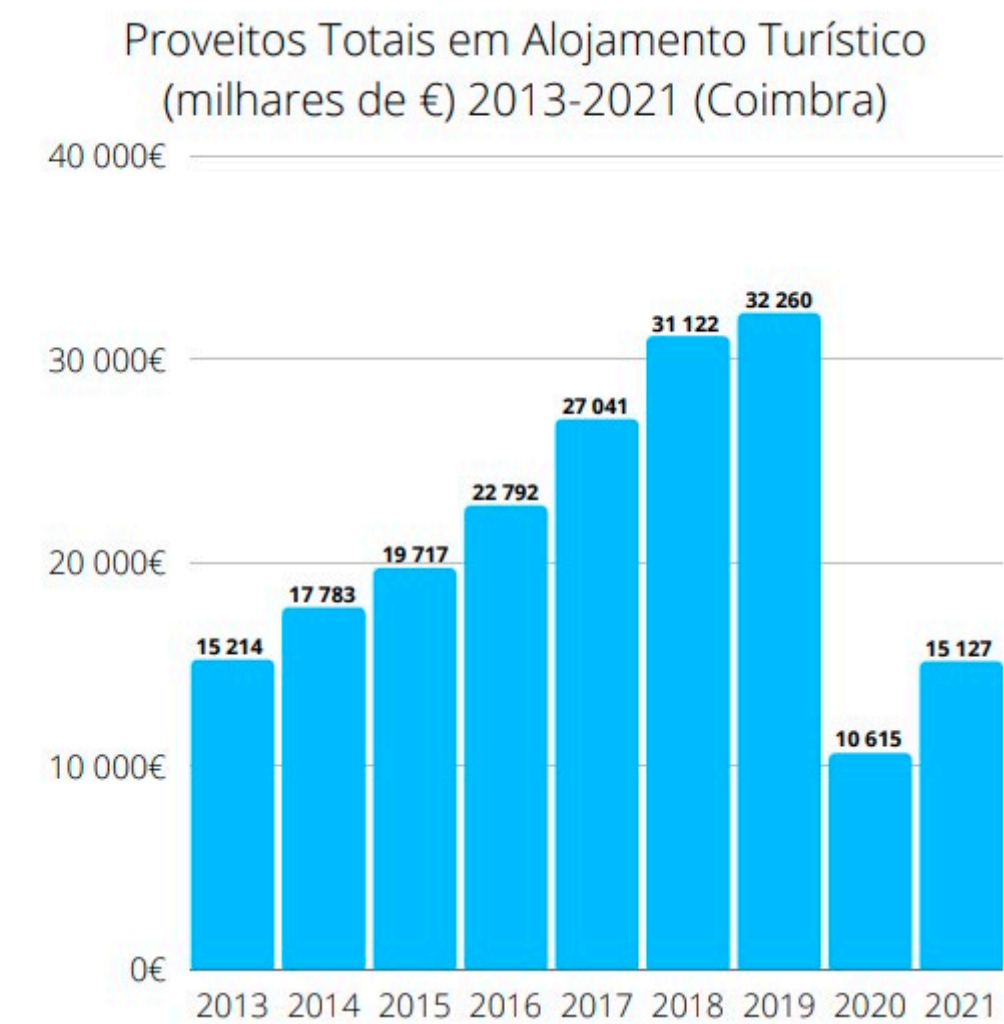
Varição de Proveitos 2019-2021

↓ -39%

\*Segredo Estatístico



2022  
79 470



Varição de Proveitos 2013-2019

✓ 112%

Varição de Proveitos 2019-2021

↓ -53%



2022  
33 792

## ANÁLISE SWOT

### FORÇAS / FRAQUEZAS

#### FORÇAS

- Localização geográfica estratégica nas ligações entre o norte e o sul do país;
- A diversidade e riqueza do património material e imaterial classificado, com destaque para o Património Mundial da UNESCO;
- Ecosistema empreendedor, altamente competitivo e ativo;
- Diversidade das infraestruturas para eventos culturais, entretenimento e desportivos;
- Ativos na área do ensino: Universidade de Coimbra, Instituto Politécnico de Coimbra e restantes instituições de ensino superior;
- Marca com credibilidade Internacional com capacidade de atração de turistas e investidores.

#### FRAQUEZAS

- Limitação ao nível da oferta hoteleira de elevada qualidade;
- Falta de atratividade na zona da baixa da cidade (centro histórico) com uma degradação acrescida;
- Dificuldade na construção/ estruturação turística com origem em novos itinerários e pacotes turísticos;
- Comunicação e promoção nacional e Internacional aquém das sua potencialidades;
- Fraca valorização dos ativos estratégicos adquiridos (património da humanidade da UNESCO);
- Fraco nível de inovação da experiência turística;
- Fraca sinalética e informação turística no contexto urbano



## ANÁLISE SWOT

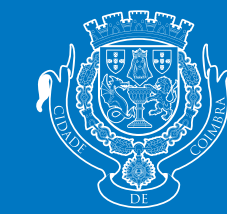
### OPORTUNIDADES /AMEAÇAS

#### OPORTUNIDADES

- Crescente procura por destinos com distinções/ certificações como por exemplo património da humanidade da UNESCO;
- Crescente procura por destinos menos densos;
- Crescente procura por destinos de bleisure e turismo de negócios;
- Reconhecimento Internacional de Coimbra como cidade segura e com boas condições de vida e trabalho;
- Reconhecimento nacional e Internacional pelas suas condições de empreendedorismo e acesso a investidores.

#### AMEAÇAS

- Dificuldade de reposição dos mercados e nível de visitantes pré-covid, nomeadamente do mercado asiático;
- Perda de se atratividade turística para cidades de proximidade como Aveiro e Viseu;
- Falta de recursos humanos qualificados ao serviço do turismo;
- Atraso na inovação da experiência turística (antes, durante e após a visita turística);
- Dificuldade de coordenação das diversas instituições públicas e privadas com fins a promoção da marca Coimbra, entre elas Turismo Centro de Portugal, Universidade de Coimbra, CIM Região de Coimbra, Associação Ruas, entre outras.



# PRINCIPAIS PREOCUPAÇÕES

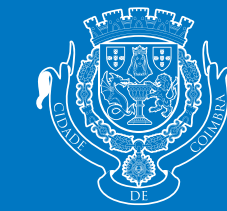
## MANIFESTADAS PELOS AGENTES

- Iluminação
- Limpeza do espaço público
- Gestão do trânsito / estacionamento
- Sinalética turística
- Identificação dos pontos turísticos



## OPORTUNIDADES DE MELHORIA IDENTIFICADAS

- Afirmção da marca turística
- Criação de novos produtos turísticos (pela Divisão de Turismo)
- Capacitação dos agentes
- Manutenção e melhoria dos espaços públicos (Orçamento 2024)
- Mobilidade
- Acessibilidade



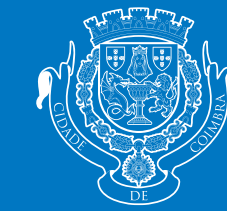
# COIMBRA

## COMO DESTINO DE EXCELÊNCIA

### **A AFIRMAÇÃO DE COIMBRA COMO DESTINO DE EXCELÊNCIA, NACIONAL E INTERNACIONAL, CARECE DO CUMPRIMENTO DE ALGUNS REQUISITOS CENTRAIS:**

- Mobilização de parceiros e stakeholders públicos e privados para uma implementação participada;
- A qualificação dos recursos e das infraestruturas base, assim como a capacitação dos recursos humanos ao longo de toda a cadeia de valor;
- O desenvolvimento de processos e de estruturação de produto turístico;
- A promoção e comunicação de Coimbra como destino privilegiado para os segmentos turísticos âncora que lhe estão associados





# COIMBRA

## COMO DESTINO DE EXCELÊNCIA

### **VISÃO ESTRATÉGICA**

Consolidar e Reafirmar Coimbra  
como destino turístico atrativo  
e inovador, no contexto  
nacional e internacional

### **OBJETIVOS**

- Reforçar a notoriedade do destino
- Descentralizar a procura turística
- Diversificar a oferta de produtos turísticos
- Melhorar a experiência do visitante

# EIXOS E PROGRAMAS DE AÇÃO

## EIXOS DE AÇÃO

### PROGRAMAS ÂNCORA

### EIXO 1

#### PATRIMÓNIO COIMBRA E PATRIMÓNIO

*Onde o turista tem um papel ativo na dimensão cultural, tornando-se a gente cocriador da sua viagem*

.....  
Técnicos Municipais  
Gestores Turísticos  
Operadores Turísticos  
Turistas/Visitantes

### EIXO 2

#### EVENTOS COIMBRA E EVENTOS

*Onde a cidade pode afirmar a sua diversidade e encontrar espaço para a criatividade*

.....  
Técnicos Municipais  
Operadores Turísticos  
Investigadores  
Clusters Locais  
DMC/PCO

### PROGRAMAS TRANSVERSAIS

### EIXO 3

#### COMUNICAÇÃO E PROMOÇÃO

*Comunicar e divulgar a imagem de Coimbra*

.....  
Públicos alvo indenticado em cada eixo

### EIXO 4

#### CAPACITAÇÃO

*Qualificar recursos humanos e agentes turísticos*

.....  
Agentes Turísticos Públicos e Privados do território

### EIXO 5

#### INOVAÇÃO

*Onde os empreendedores/ criativos e a tecnologia se associam a experiência turística*

.....  
Empreendedores  
Investidores  
Investigadores  
Turistas de Negócios

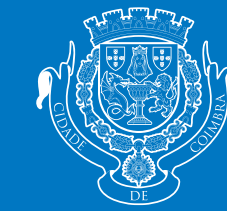
# PRODUTOS TURÍSTICOS

## TURISMO

## CULTURAL

- Reabilitação do património edificado e a sua utilização como recurso turístico
- Património classificado pela UNESCO
- Património imaterial associado a Coimbra
- Afirmação de produtos turísticos diferenciados (ex. Rotas Literárias)



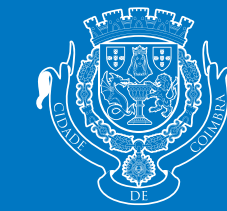


# PRODUTOS TURÍSTICOS

## TURISMO

## DE NATUREZA

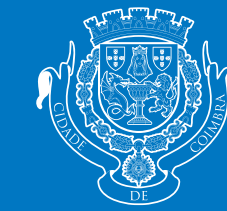
- Promoção de produtos turísticos nas zonas verdes e espaços naturais do concelho
- Dinamização e promoção de percursos pedestres e cicláveis
- Aproveitamento das potencialidades do Rio Mondego



# PRODUTOS TURÍSTICOS

## **TURISMO** **DE NEGÓCIOS**

- Convention Bureau



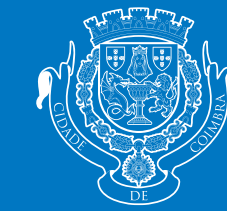
# PRODUTOS TURÍSTICOS

## TURISMO

## RELIGIOSO

- Criação e afirmação de circuitos turísticos associados a Santo António, Rainha Santa Isabel e Irmã Lúcia
- Caminhos de Santiago





# PRODUTOS TURÍSTICOS

## TURISMO

# GASTRONOMIA E VINHOS

- Valorizar a gastronomia local, em articulação com a Região de Coimbra

# AÇÕES

## QUE ESTAMOS A DESENVOLVER

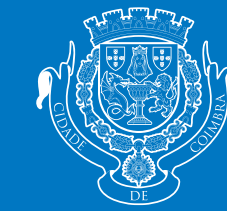
- Ações de promoção com Agentes de Viagens e Operadores Turísticos nacionais e internacionais
- Articulação com Gabinete de Relações Institucionais e Internacionais para trabalho conjunto com cidades geminadas e Redes e Organizações Internacionais
- Ações de Capacitação dos agentes

# AÇÕES

## COIMBRA E PATRIMÓNIO

- **AÇÃO 1:** Agregar a oferta turística patrimonial (UNESCO, Espiritualidade e Imaterial) e apresentação aos agentes turísticos do território
- **AÇÃO 2:** Agregar a oferta turística patrimonial (UNESCO, Espiritualidade e Imaterial) e apresentação aos operadores turísticos nacionais e internacionais com interesse no produto
- **AÇÃO 5:** Organizar press e fam trip para agentes turísticos e meios de comunicação nacionais e internacionais
- **AÇÃO 7:** Promover o território como elemento educativo, através do contacto com o património material e imaterial (Interação com universidades, escolas e outros centros de formação)
- **AÇÃO 17:** Criar um programa de embelezamento, revitalização e dinamização do espaço público da baixa da cidade
- **AÇÃO 9:** Cross-selling com outros territórios de espiritualidade para promoção dos ativos de culto internos (como Fátima, Tomar e Belmonte e Santiago de Compostela)
- **AÇÃO 10:** Estimular os agentes para que produzam e comercializem serviços de animação turística que demonstrem as tradições e a vivência coimbrã
- **AÇÃO 19:** Ativar campanhas de meios e comunicação (segmentada a público nacional e internacional) para promoção de Coimbra como principal ponto cultural de Portugal
- **AÇÃO 20:** Participar em redes estratégicas e cooperação em projetos intermunicipais e internacionais

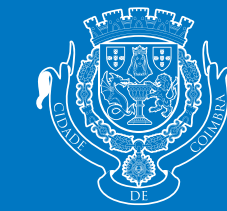




# AÇÕES

## COIMBRA EVENTOS

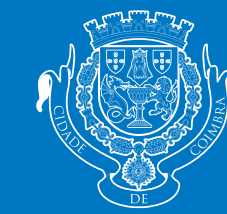
- **AÇÃO 2:** Presença de um stand de apoio ao turista nos eventos a decorrer na cidade (criação de um posto de turismo móvel)
- **AÇÃO 5:** Criar um espaço de experimentação cultural/musical/artística para novos talentos e integração dos mesmos na agenda cultural da cidade
- **AÇÃO 6:** Incentivar à criação e venda de pacotes turísticos focados na agenda cultural, por parte dos operadores turísticos nacionais e internacionais
- **AÇÃO 15:** Desenvolver um plano de incentivo às empresas locais para a realização dos seus encontros empresariais nas infraestruturas públicas.



# AÇÕES

## COMUNICAÇÃO E PROMOÇÃO

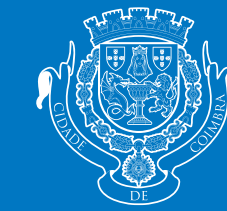
- **AÇÃO 2:** Criar a marca turística de Coimbra
- **AÇÃO 8:** Realizar press trips para meios de comunicação social
- **AÇÃO 10:** Participar em feiras de turismo estratégicas (BTL, Fitur e outras)
- **AÇÃO 11:** Integrar a comunicação com os parceiros locais
- **AÇÃO 12:** Utilizar os estudantes universitários internacionais como embaixadores promocionais do território junto das suas comunidades
- **AÇÃO 15:** Ativar a marca em outros territórios para promoção e divulgação Turística de Coimbra
- **AÇÃO 17:** Captar fotografias de qualidade do território para criação de um banco de imagens de auxílio à comunicação



# AÇÕES

## CAPACITAÇÃO

- **AÇÃO 1:** Apresentar publicamente os objetivos e estrutura de missão turística do Município aos agentes do território
- **AÇÃO 3:** Convocar os agentes locais para a participação em ações de formação (Exemplo: Formação + Próxima, Formação BEST, entre outras)
- **AÇÃO 4:** Criar momentos de opinião e pontos de situação setoriais com os membros da Câmara Municipal e os Agentes Turísticos
- **AÇÃO 11:** Realizar um encontro municipal de agentes turísticos no âmbito do Dia Mundial do Turismo



# AÇÕES

## COIMBRA E INOVAÇÃO

- **AÇÃO 3:** Otimizar o departamento de apoio ao investidor no turismo
- **AÇÃO 4:** Captar fundos comunitários e apoios financeiros para aplicação direta ao turismo e inovação
- **AÇÃO 8:** Organizar bootcamps de inovação turística para estudantes universitários, empresários locais e membros da Câmara Municipal
- **AÇÃO 10:** Recorrer ao Observatório do Turismo Sustentável do Centro de Portugal para monitorização contínua da atividade e desempenho turístico municipal



# OPORTUNIDADES DE COLABORAÇÃO



 **Formação Próxima**  
ESCOLAS DO TURISMO DE PORTUGAL

 **CÂMARA MUNICIPAL  
COIMBRA**

## Formação e Capacitação de Agentes Económicos

No âmbito do programa "Formação + Próxima" do Turismo de Portugal, a Divisão de Turismo da Câmara Municipal de Coimbra está a consultar os agentes económicos do Município no sentido de identificar as necessidades de formação que tenham, de forma a realizar ciclos de formação que contribuam para acrescentar valor ao tecido empresarial local e ao território.



## Agentes de Coimbra

Este formulário destina-se a recolher informação junto dos Agentes Turísticos que operam no Município de Coimbra, no âmbito do trabalho que a Divisão de Turismo da Câmara Municipal de Coimbra desenvolve.


A informação recolhida servirá de apoio ao trabalho desenvolvido por esta Divisão, tendo por objetivo fazer uma caracterização da oferta turística existente no território e suportar os projetos em desenvolvimento.





# FORMAÇÃO

## + PRÓXIMA



**Welcome to Coimbra**  
Informação Turística

12h Presencial Gratuito

**DIAS:** 09, 11, 16 e 18 outubro  
**HORÁRIO:** 15H30-18H30



**Alojamento Local**  
Novos desafios de gestão

12h Presencial Gratuito

**DIAS:** 12, 13 e 14 outubro  
**HORÁRIO:** 09H30-13H30



**Marketing Digital**  
Como promover o seu negócio online

12h Presencial Gratuito

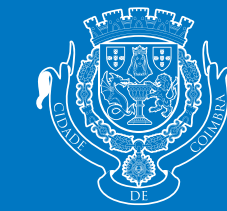
**DIAS:** 24, 25, 30 e 31 outubro  
**HORÁRIO:** 18h30-21h30



**Acolhimento e Atendimento ao Cliente**  
Qualidade do Serviço

15h Presencial Gratuito

**DIAS:** 14, 15, 18, 19, 20 dezembro  
**HORÁRIO:** 15h30-18h30



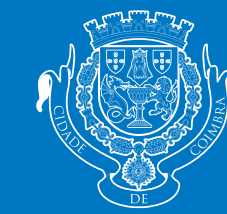
# BOLSA DE TURISMO DE LISBOA

**28.02 – 03.03.2024**

**MUNÍCIPIO CONVIDADO**



# COIMBRA



# **OBRIGADA**

TODOS OS COMENTÁRIOS E  
SUGESTÕES PODEM SER  
ENVIADOS PARA  
**[turismo@cm-coimbra.pt](mailto:turismo@cm-coimbra.pt)**