



1 - INTRODUÇÃO	1.1
1.1 - APRESENTAÇÃO	1.1
1.2 - <i>WORKSHOP</i>	1.2
1.3 - SÍNTESE DOS TRABALHOS REALIZADOS NA 1ª FASE	1.7
1.4 - ENQUADRAMENTO	1.10
1.4.1 - Visão estratégica de longo prazo	1.10
1.4.2 - Prioridades de intervenção no curto prazo	1.12
2 - OBJECTIVOS E PROPOSTA DE CONTEÚDOS PARA OS PRODUTOS	2.1
2.1 - PRINCÍPIOS GERAIS	2.1
2.2 - PRODUTOS DE VISITAÇÃO EM “REDE”	2.1
2.2.1 - Introdução	2.1
2.2.2 - Propostas de produtos susceptíveis de visitação em “rede”	2.4
2.3 – PROPOSTAS DE PRODUTOS DE VISITAÇÃO ESPECÍFICA	2.9
2.4 - PROPOSTAS DE CONTEÚDOS PARA PROGRAMAS DE VISITAÇÃO	2.13
3 - PROPOSTA DE PROGRAMA DE INFRAESTRUTURAÇÃO	3.1
3.1 - ENQUADRAMENTO	3.1
3.2 - EQUIPAMENTOS E INFRAESTRUTURAS	3.2
3.2.1 - Tipologia	3.2
3.2.2 - Portas	3.3
3.2.3 - Sinalização	3.7
3.2.4 - “Parques na natureza”	3.8
3.2.5 - Circuitos e outras infraestruturas específicas	3.11
3.2.6 - Alojamento e restauração	3.12
3.3 - FICHAS DE INFRAESTRUTURAS/EQUIPAMENTOS	3.16
4 - PARCERIAS ESTRATÉGICAS E MODELOS DE GESTÃO DE SERVIÇOS, INFRAESTRUTURAS E EQUIPAMENTOS	4.1
4.1 - INTRODUÇÃO	4.1
4.2 - PARCERIAS ESTRATÉGICAS	4.2



4.3 – OUTRAS SUGESTÕES E PROPOSTAS PARA ALTERAÇÃO DO MODELO DE ORGANIZAÇÃO E FUNCIONAMENTO DOS SERVIÇOS DAS AP	4.7
4.4 – MODELOS DE GESTÃO DE INFRAESTRUTURAS E EQUIPAMENTOS	4.8
4.5 – GESTÃO DA OPERAÇÃO DE ACTIVIDADES NA NATUREZA	4.13
5 - PLANO DE MARKETING	5.1
5.1 - ENQUADRAMENTO	5.1
5.2 - SITUAÇÃO ACTUAL	5.2
5.2.1 - Introdução	5.2
5.2.2 - Caracterização e quantificação da procura de ecoturismo e turismo de natureza	5.3
5.2.3 - Caracterização da oferta de operação de ecoturismo e turismo de natureza dirigida às Áreas Protegidas	5.5
5.2.4 - Análise de <i>benchmarking</i>	5.5
5.2.5 - Visitação das Áreas Protegidas	5.6
5.3 - ANÁLISE SWOT	5.7
5.4 - VISÃO ESTRATÉGICA E OBJECTIVOS	5.10
5.4.1 - Pressupostos	5.10
5.4.2 - Visão Estratégica	5.11
5.4.3 - Objectivos de Marketing	5.12
5.5 - MERCADOS, SEGMENTOS E PÚBLICOS-ALVO	5.15
5.6 - LINHAS DE ESTRATÉGIA E PLANOS DE ACÇÃO	5.15
Síntese das acções e calendarização do Plano de Marketing	5.27
6 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	6.1
6.1 - DESCRIÇÃO	6.1
6.2 - PORTAL “PARQUES DE PORTUGAL” (www.parquesdeportugal.pt)	6.4
7 - PROGRAMA TEMPORAL DE EXECUÇÃO	7.1
8 - PROGRAMA DE MONITORIZAÇÃO, AVALIAÇÃO E CONTROLO	8.1
8.1 - INTRODUÇÃO	8.1
8.2 - CONCRETIZAÇÃO DO PROGRAMA DE VISITAÇÃO E COMUNICAÇÃO NA RNAP	8.1
8.3 - AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS DO PROGRAMA DE VISITAÇÃO E COMUNICAÇÃO NA RNAP	8.3

