



Catarina Isabel Ferreira Fernandes

OFERTA E PROCURA TURÍSTICA
DE PROENÇA-A-NOVA
RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Relatório de Estágio do Mestrado em Turismo, Território e Patrimónios, orientado pela
Professora Doutora Cláudia Patrícia de Almeida Seabra Moreira, apresentado ao
Departamento de Geografia e Turismo da Faculdade de Letras da Universidade de
Coimbra

Outubro de 2022

FACULDADE DE LETRAS

OFERTA E PROCURA TURÍSTICA DE PROENÇA-A-NOVA RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Ficha Técnica

Tipo de trabalho	Relatório de Estágio
Título	Oferta e Procura Turística de Proença-a-Nova
Autor/a	Catarina Isabel Ferreira Fernandes
Orientador/a(s)	Doutora Cláudia Patrícia de Almeida Seabra Moreira
Júri	Presidente: Doutor Paulo Manuel de Carvalho Tomás Vogais: 1. Doutor Norberto Nuno Pinto dos Santos 2. Doutora Cláudia Patrícia de Almeida Seabra Moreira
Identificação do Curso	2º Ciclo em Turismo, Território e Patrimónios
Área científica	Turismo
Data da defesa	31-outubro-2022
Classificação do Relatório	17 valores
Classificação do Estágio e Relatório	18 valores

RESUMO

Oferta e Procura Turística de Proença-a-Nova: Relatório de Estágio

O presente relatório de Mestrado visa compreender a oferta e procura turística do Município de Proença-a-Nova. Este estudo apresenta-se como inovador, uma vez que é um território pouco investigado em termos turísticos, pretendendo-se conhecer a atividade turística de Proença-a-Nova.

A oferta e procura integram o sistema turístico. A oferta de um destino turístico deve possuir elementos essenciais de modo a satisfazer a procura turística: recursos turísticos; infraestruturas; equipamentos e acessibilidades e transportes. Já a procura turística é influenciada pelas motivações dos turistas, pela imagem que estes têm do destino e pela perceção de risco que associam a determinado território.

Para a elaboração do relatório foi efetuado um levantamento da oferta turística do território e, de modo a complementar a informação recolhida ao longo da investigação, foram efetuadas duas entrevistas: a primeira sobre a oferta turística e a segunda acerca dos eventos do concelho de Proença-a-Nova. Para ter uma maior perceção e conhecimento da procura turística do destino foram aplicados inquéritos por questionário aos visitantes do território com a colaboração de alguns gerentes de alojamentos locais, empreendimentos turísticos, estabelecimentos de restauração e de técnicos do posto de turismo de Proença-a-Nova. Os resultados permitiram perceber que a natureza é a motivação principal para a escolha do destino e o território é visto como agradável, relaxante e positivo por parte da procura turística. Identicamente, apurou-se que a maioria dos visitantes recomendaria o destino Proença-a-Nova para visitar e tenciona regressar ao concelho.

Palavras-chave: Proença-a-Nova; destino; turismo; oferta; procura;

ABSTRACT

Tourist Supply and Demand in Proença-a-Nova: Internship Report

The present master's report aims to understand the tourism supply and demand in the municipality of Proença-a-Nova. This study presents itself as innovative, in a territory with little investigation in terms of tourism, by intending to know the tourism activity of Proença-a-Nova.

Supply and demand are part of the tourism system. The offer of a tourism destination must have essential elements to satisfy tourism demand: tourism resources; infrastructures; equipment and accessibility and transport. On the other hand, tourism demand is influenced by tourists' motivations, the image they have of the destination and the perception of risk they associate with a given territory.

For the elaboration of the report, a survey of the tourism offer of the territory was carried out and, to complement the information collected during the investigation, two interviews were carried out: the first about the tourism offer and the second about the events of Proença-a-Nova. To achieve a wider perception and knowledge of the tourism demand of the destination, surveys were applied by questionnaires to visitors to the territory with the collaboration of some managers of local accommodations, tourism enterprises, catering establishments and technicians from the tourism office of Proença-a Nova. The results showed that nature is the main motivation for choosing the destination and the territory is seen as pleasant, relaxing, and positive by tourism demand. Likewise, it was found that most visitors would recommend the destination Proença-a-Nova to visit and intend to return to the municipality.

Keywords: Proença-a-Nova; destiny; tourism; offer; demand

Índice

RESUMO	iii
ABSTRACT	iv
Índice de Tabelas	vii
Índice de Figuras	vii
Índice de Gráficos	vii
Índice de Anexos	viii
Introdução	1
Capítulo I- Revisão de Literatura	3
1. Sistema Turístico	3
1.1. Oferta turística	4
1.2. Procura turística	8
1.2.1. Motivação de viagem em turismo	11
1.2.2. A Imagem do destino turístico	13
1.2.3. Perceção de Risco	17
2. Mercado turístico	18
2.1. Tendências do mercado turístico	18
Capítulo II- Observatório do Turismo Sustentável do Centro de Portugal na Comunidade Intermunicipal da Beira Baixa: Proença-a-Nova	23
1. Estágio na Entidade Regional do Turismo Centro de Portugal	23
1.1. Caraterização da Entidade de Acolhimento	23
1.2. Atividades desenvolvidas durante o estágio	27
2. Retrato Territorial de Proença-a-Nova	30
2.1. Localização Geográfica	30
2.2. Caraterização Física e Climática	31
2.3. Caraterização Demografia	31
2.4. Atividade económica e emprego	31
3. Turismo no Município de Proença-a-Nova	33
3.1. Oferta turística	33
3.1.1. Recursos Turísticos	33
3.1.2. Infraestruturas	59
3.1.3. Equipamentos	61

3.1.4. Acessibilidades e transportes	63
3.2. Procura turística	64
3.2.1. Evolução na Região Centro de Portugal	64
3.2.2. Evolução na Beira Baixa	65
3.2.3. Evolução em Proença-a-Nova.....	66
Capítulo III- Metodologia.....	67
1. Método de Investigação.....	68
2. Recolha de informação.....	68
2.1. Trabalho empírico	69
2.1.1. Desenvolvimento das entrevistas.....	69
2.1.2. Desenvolvimento do Questionário.....	71
2.1.2.1 Amostra	73
2.1.2.2. Recolha dos dados	73
Capítulo IV- Descrição dos resultados.....	73
1. Oferta turística	74
2. Procura turística	101
Conclusões	110
1. Discussão de Resultados	110
2. Implicações para a Ciência	115
3. Limitações e futuras linhas de investigação.....	116
4. Sugestões e estratégias de desenvolvimento para a Turismo Centro de Portugal.....	116
Bibliografia/Fontes Consultadas	118
ANEXOS	136

Índice de Tabelas

Tabela 1 Análise pormenorizada dos Percursos Pedestres do Município de Proença-a-Nova.....	37
Tabela 2 Análise pormenorizada da Grande Rota da Cortiçada do Município de Proença-a-Nova	39
Tabela 3 Análise pormenorizada dos Trilhos do Município de Proença-a-Nova	40
Tabela 4 Análise pormenorizada dos Percursos de Btt do Município de Proença-a-Nova.....	42
Tabela 5 Informação técnica da Via Ferrata das Talhadas do Município de Proença-a-Nova.....	43
Tabela 6 Moinhos de água e de vento do Município de Proença-a-Nova	45
Tabela 7 Lagares de Azeite em laboração no Município de Proença-a-Nova	46
Tabela 8 Obras que integram o Roteiro das Artes e respetivas curiosidades.....	50
Tabela 9 Tradições existentes no Município de Proença-a-Nova e respetiva história	55
Tabela 10 Lendas do Município de Proença-a-Nova e respetiva e história	57
Tabela 11 Análise da entrevista realizada acerca da oferta turística do Município de Proença-a-Nova	77
Tabela 12 Análise da entrevista realizada acerca dos eventos do Município de Proença-a-Nova	89
Tabela 13 Percentagem das escalas de motivação para a escolha do destino Proença-a-Nova.....	102
Tabela 14 Percentagem das escalas para o nível de oferta de Proença-a-Nova para cada um dos atributos listados.....	103
Tabela 15 Caraterização dos respondentes ao inquérito por questionário.....	105

Índice de Figuras

Figura 1 Modelo de Gunn e Var	5
Figura 2 Modelo de segmentação psicográfica de Plog.....	10
Figura 3 Modelo de Formação da Imagem dos Destinos.....	16
Figura 4 Estrutura interna da Entidade Regional de Turismo Centro de Portugal.....	25
Figura 5 Localização geográfica do Município de Proença-a-Nova.....	30
Figura 6 Fauna e Flora existente no Município de Proença-a-Nova	34
Figura 7 Território do <i>Geopark</i> Naturtejo	35

Índice de Gráficos

Gráfico 1 Evolução populacional do Município de Proença-a-Nova.....	32
Gráfico 2 Percentagem de empresas no Município de Proença-a-Nova por setor de atividade, no ano de 2020.....	32

Gráfico 3 Alojamentos locais e empreendimentos turísticos no Município de Proença-a-Nova, por freguesia, em 2022.....	62
Gráfico 4 Estabelecimentos de restauração sediados no Município de Proença-a-Nova, por freguesia, em 2022.....	62
Gráfico 5 Motivação de escolha do destino Proença-a-Nova	102
Gráfico 6 Percentagem de vezes que os inquiridos visitaram Proença-a-Nova.....	107
Gráfico 7 Percentagem de noites que os inquiridos ficaram no destino Proença-a-Nova	108
Gráfico 8 Constituição do grupo de viagem dos indivíduos que visitaram Proença-a-Nova	108
Gráfico 9 Principal fonte de informação utilizada pelos inquiridos para a escolha do destino Proença-a-Nova	109

Índice de Anexos

Anexo 1 Alojamentos locais sedeados no Município de Proença-a-Nova	137
Anexo 2 Empreendimentos turísticos sedeados no Município de Proença-a-Nova.....	140
Anexo 3 Estabelecimentos de restauração sedeados no Município de Proença-a-Nova.....	141
Anexo 4 Dormidas em alojamento turístico na Região Centro 2013-2021.....	142
Anexo 5 Hóspedes em alojamento turístico na Região Centro 2013-2021	143
Anexo 6 Percentagem de dormidas de estrangeiros em alojamento turístico na Região Centro 2013-2021.....	143
Anexo 7 Quota de dormidas na Região Centro 2013-2021.....	144
Anexo 8 Sazonalidade em alojamento turístico, em 2019 e 2021, na Região Centro	144
Anexo 9 Estada média em alojamento turístico na Região Centro 2013-2021	145
Anexo 10 Proveitos totais em alojamento turístico (milhares de €) na Região Centro 2013-2021....	145
Anexo 11 Top 10 de mercados na Região Centro	146
Anexo 12 Dormidas em alojamento turístico na Beira Baixa 2013-2021	146
Anexo 13 Hóspedes em alojamento turístico na Beira Baixa 2013-2021	147
Anexo 14 Percentagem de dormidas de estrangeiros em alojamento turístico na Beira Baixa 2013-2021	147
Anexo 15 Quota de dormidas na Beira Baixa 2013-2021.....	148
Anexo 16 Sazonalidade em alojamento turístico, em 2019 e 2021, na Beira Baixa	148
Anexo 17 Estada média em alojamento turístico na Beira Baixa 2013-2021	149
Anexo 18 Proveitos totais em alojamento turístico (milhares de €) na Beira Baixa 2014-2021.....	149
Anexo 19 Top 10 de mercados na Beira Baixa	150

Anexo 20 Dormidas em alojamento turístico em Proença-a-Nova 2017-2021	150
Anexo 21 Hóspedes em alojamento turístico em Proença-a-Nova 2017-2021	151
Anexo 22 Percentagem de dormidas de estrangeiros em alojamento turístico em Proença-Nova 2017-2021	151
Anexo 23 Quota de dormidas em Proença-Nova 2017-2021	152
Anexo 24 Sazonalidade em alojamento turístico, no ano de 2019 e 2021, em Proença-a-Nova	152
Anexo 25 Estada média em alojamento turístico em Proença-a-Nova 2017-2021	153
Anexo 26 Proveitos totais em alojamento turístico (milhares de €) em Proença-a-Nova 2017-2021	153
Anexo 27 Top 10 de mercados em Proença-a-Nova	154
Anexo 28 Guião de entrevista sobre a oferta turística do Município de Proença-a-Nova	154
Anexo 29 Guião de entrevista sobre os eventos no Município de Proença-a-Nova	158
Anexo 30 Inquérito por questionário	159

Introdução

O presente relatório de estágio, enquadrado no Mestrado em Turismo, Território e Patrimónios, propõem a abordagem da oferta e procura turística do concelho de Proença-a-Nova pretendendo-se conhecer de forma mais detalhada a atividade turística do território.

Ao longo dos anos, o turismo tem sido considerado uma atividade com capacidade de impulsionar o desenvolvimento dos destinos turísticos, tirando partido frequentemente dos recursos dos territórios. A atividade turística é importante para os territórios porque contribui para o seu desenvolvimento económico contribuindo, também, para a sustentabilidade ambiental e social/cultural dos destinos. A pandemia da COVID-19 afetou negativamente as economias mundiais e o turismo foi um dos setores mais afetados tendo as preocupações com a sustentabilidade ficado ainda mais notórias. A COVID-19 revelou ainda que o mercado interno é muito importante para o turismo nacional, dado que *“o mercado interno assegurou bem mais de metade das dormidas registadas em Portugal no mês de agosto de 2021, registando o valor mensal mais elevado do que há registo: 4,2 milhões de dormidas num mês em que o alojamento turístico atingiu 7,5 milhões”* (IPDT- Turismo e Consultoria, 2022, p.42). Os territórios de baixa densidade foram privilegiados pelos turistas e a *“criação de atrativos em territórios de baixa densidade deverá continuar a ser uma área de aposta, sobretudo a nível local e regional”* (IPDT- Turismo e Consultoria, 2022, p.37). *“Muitas coisas mudaram no turismo, menos a vontade de voltar a fazer deste setor a locomotiva de crescimento dos destinos”* (IPDT- Turismo e Consultoria, 2022, p.3).

Existem poucos estudos acerca da atividade turística no concelho de Proença-a-Nova, que foi definido como território de baixa densidade no âmbito da Resolução do Conselho de Ministros n.º 72/2016, que aprovou o Programa Nacional para a Coesão Territorial. É neste seguimento que surge a motivação do tema da investigação que se segue pretendendo-se conhecer a atividade turística de Proença-a-Nova, mais precisamente a sua oferta e procura turística. A escolha do território em análise foi igualmente motivada pelo facto de ser residente no Município. Além disso, é importante para os agentes económicos conhecer as motivações da procura turística que elege o destino Proença-a-Nova, tal como a perceção que os visitantes têm do território.

No que concerne à metodologia adotada para a investigação, inicialmente foi realizada uma pesquisa sobre temáticas pertinentes para o estudo. Para a componente empírica do relatório recorreu-se a uma pesquisa exploratória quantitativa e qualitativa tendo sido utilizados dois métodos de recolha empírica de dados, a entrevista e o inquérito por questionário para avaliar dois aspetos fundamentais da investigação: a oferta e a procura turística.

Relativamente à sua constituição, este relatório de estágio é composto pela introdução, quatro capítulos e a conclusão, podendo ser dividido em duas partes: na primeira parte, é apresentada uma abordagem teórica e na segunda parte, é realizada uma investigação empírica focada essencialmente no estudo de caso. Neste sentido, a presente investigação inicia-se com a introdução ao estudo realizado. No capítulo I, é efetuada uma explicação de conteúdos teóricos importantes para a compreensão da investigação sendo abordado o sistema turístico, mais precisamente a oferta e procura turística e o mercado turístico e as suas tendências. O capítulo II, referente ao Observatório do Turismo Sustentável do Centro de Portugal na Comunidade Intermunicipal da Beira Baixa e ao concelho Proença-a-Nova, encontra-se dividido em três partes. Na primeira parte é abordado o estágio na Entidade Regional de Turismo Centro de Portugal sendo feita a caracterização da entidade de acolhimento e mencionadas as atividades desenvolvidas durante o estágio. Na segunda parte é efetuado o retrato territorial de Proença-a-Nova e é exposta a localização geográfica, a caracterização física e climática, a caracterização demografia e a atividade económica e emprego. Por fim, na terceira parte é efetuada a análise da atividade turística no Município de Proença-a-Nova focando-se na oferta turística e procura turística.

Em seguida, no capítulo III, explicita-se a metodologia utilizada para o presente estudo. É apresentado o método de investigação e a recolha de informação em que se aborda o trabalho empírico sobre o desenvolvimento das entrevistas e do questionário.

O capítulo IV debruça-se sobre os resultados obtidos através das entrevistas e do inquérito por questionário. Por último, no capítulo denominado por “conclusões”, num primeiro momento, é feita uma discussão de resultados da análise das entrevistas e dos inquéritos por questionários, onde irão ser alvo de comparação com a informação apurada no capítulo II, referente à oferta e procura turística de Proença-a-Nova. Por fim, apresentam-se as implicações da investigação para a ciência e são expostas as limitações sentidas ao longo do estudo, terminando com futuras propostas de investigação e sugestões e estratégias de desenvolvimento para a Turismo Centro de Portugal.

Capítulo I- Revisão de Literatura

1. Sistema Turístico

A atividade turística resulta do conjunto de inter-relações entre diversos fatores *“que devem ser considerados em conjunto a partir de uma perspetiva sistemática, ou seja, um conjunto de elementos inter-relacionados que evoluem de forma dinâmica”* (Sancho, 1994, p.47). Entendemos que não é possível estudar-se turismo de forma isolada, uma vez que o turismo é uma atividade complexa e para se compreender é necessário um estudo de todos os elementos que compõem a atividade turística.

Segundo Lohmann & Netto (2017, p.3) *“um sistema, para ser completo, deve possuir meio ambiente (local em que o sistema se encontra); unidades (as partes do sistema); relações (entre as unidades do sistema); atributos (qualidade das unidades e do próprio sistema); input (o que entra no sistema); output (o que sai do sistema); feedback (o controle do sistema para mantê-lo a funcionar corretamente); modelo (um desenho do sistema para facilitar a sua compreensão).”* Desta forma, percebemos que o turismo se apresenta como um sistema, definindo-se como *“um conjunto de elementos que estabelecem conexões interdependentes entre si de carácter funcional e espacial como sejam as zonas de proveniência dos visitantes (emissores), as zonas de destino (recetoras), as rotas de trânsito e todas as atividades que produzem os bens e serviços”* (Cunha & Abrantes, 2017, p.97).

Ao longo dos anos, surgiram diversos modelos de sistema turístico que são desenvolvidos sob diferentes perspetivas resultando das opiniões e dos estudos realizados pelos vários autores.

Leiper, em 1990, sugere o seu sistema turístico que se distingue por ser o mais conhecido a nível mundial. O autor apresenta um modelo de sistema turístico como um todo integral, constituído por cinco elementos que interatuam. Os turistas são o elemento humano central do sistema turístico, contemplando ainda, os elementos geográficos: a região geradora; a região de destino e a região de trânsito. Para além destes elementos, existe um quinto elemento, *“que serve de suporte organizacional, que pode ser entendido como o elo de ligação entre os três elementos geográficos, e que se encontra presente em todos eles, é a indústria turística”* (Moreira, 2013, p.44). A interação entre os cinco elementos é influenciada por fatores ambientais externos, como são exemplo o ambiente humano, sociocultural, económico, tecnológico, ambiente físico, político e jurídico.

Beni (1990, p.18) refere que o sistema turístico é *“um conjunto de partes que interagem de modo a atingir um determinado fim, de acordo com um plano ou princípio; ou conjunto de procedimentos doutrinas, ideias ou princípios, logicamente ordenados e coesos com intenção de descrever, explicar ou dirigir o funcionamento de um todo”*. Propõe o seu sistema de turismo conhecido como SISTUR, que se diferencia por ser um sistema que pode influenciar e ser influenciado pelos outros sistemas com os quais

interage. O SISTUR é constituído por três grandes conjuntos: das relações ambientais, que são compostas pelos subsistema ecológico, social, económico e cultural; pelo da organização estrutural que consiste nos subsistemas de superestrutura e infraestrutura, e por fim, pelo conjunto das ações operacionais, que inclui os subsistemas: mercado, procura, consumo, oferta, produção e distribuição.

Boullón destaca que *“o ponto de partida para o funcionamento do sistema turístico, é o que resulta do encontro entre a oferta e a procura turística”* (Boullón, 2006, p.31), salientando que este processo pressupõe a venda do produto turístico, que conjuntamente com as infraestruturas constituem a estrutura de produção do setor. No centro desta conceitualização e do sistema encontra-se a superestrutura turística que *“funciona como um subsistema superior que tem a função de regular e de controlar o funcionamento e a eficiência do sistema”* (Moreira, 2013, p. 65).

Na tentativa de superar alguns dos problemas encontrados na descrição do turismo, Cook, Hsu e Taylor (2018) propõem um modelo de sistema turístico aberto em que existe uma relação entre todos os segmentos. O modelo apresentado pretende destacar os participantes e as forças que integram a indústria do turismo. Desta forma, entendemos que existem 4 elementos fulcrais neste sistema: turistas; promotores turísticos; fornecedores e ambiente.

Com a análise efetuada, percebemos que existe uma grande diversidade de modelos de sistema turístico. Previamente foram apresentados alguns exemplos que permitem constatar que existem elementos transversais a todos, mais concretamente a oferta e a procura turística. Entendemos, que o sistema turístico é bastante complexo, sendo que a *“essência do funcionamento do sistema requer um ajuste, sempre que uma das componentes sofra qualquer tipo de alteração”* (Neves, 2012, p.12). Caso o sistema turístico sofra alguma perturbação ou alteração, este auto-organiza-se rapidamente, ajustando-se às alterações que vão ocorrendo na sua componente.

1.1. Oferta turística

Nos destinos turísticos *“as componentes que integram a oferta e os agentes que a estruturam e promovem desempenham um papel essencial para a eficiência do sistema turístico”* (Moreira, 2013, p. 483). Até ao final da década de 50 do século XX a atividade turística era apenas perspectivada tendo em conta a procura, porém, a Organização Mundial de Turismo, ao longo dos anos, tem vindo a alterar essa tendência com o intuito de que o turismo passe a ser perspectivado considerando a oferta (Costa, 2005).

Smith (1989 citado por Costa, 2005, p.284) foi o primeiro académico a defender uma definição de turismo tendo em conta a oferta, considerando que *“apesar de ser indubitável que o turismo encerra na sua génese a movimentação de pessoas e, como tal, possui uma forte vertente social, este deve ser perspectivado como um agregado de atividades de negócios que direta ou indiretamente fornecem bens*

ou serviços que suportam as atividades de lazer e recreio realizadas pelas pessoas fora dos seus locais de residência habitual". A oferta turística apresenta-se por ser essencial para a atividade turística sendo constituída pelas linhas aéreas, hotéis, restaurantes, operadores turísticos, agências de viagens e pelos bens e serviços fornecidos para a atividade turística, mas também para a prática de atividades não turísticas, como são exemplo alguns restaurantes, táxis, supermercados, entre outros... (Costa, 2005).

Ao longo dos anos surgiram propostas de definição e de concetualização de turismo que privilegiam o lado da oferta como é exemplo o modelo de Gunn e Var (figura 1) (2003 citado por Oliveira, 2013). No seu modelo demonstram que existe uma inter-relação entre a procura e a oferta turísticas, dando um maior ênfase à oferta, contudo *"reconhecem a importância da procura, das suas motivações, da disponibilidade financeira, das capacidades físicas e do tempo disponível"* (Moreira, 2013, p.50). Os autores referem que os cinco componentes da oferta (atrações, transportes, serviços, informação e promoção) estão interligados e exigem planeamento tendo em conta as tendências da procura, existindo necessidade de, por vezes, se adaptarem.

Os indivíduos viajam tendo em consideração a oferta turística dos destinos: qualidade dos serviços existentes, dos equipamentos, originalidade do produto, as condições básicas das infraestruturas e o preço (Brás, 2012). A oferta turística distingue-se por ser o *"conjunto de produtos e serviços turísticos colocados à disposição do utilizador turístico num determinado destino, para sua fruição e consumo"* (Sancho, 1994, p.52), apresentando-se como um dos constituintes do qual o sistema turístico mais depende.

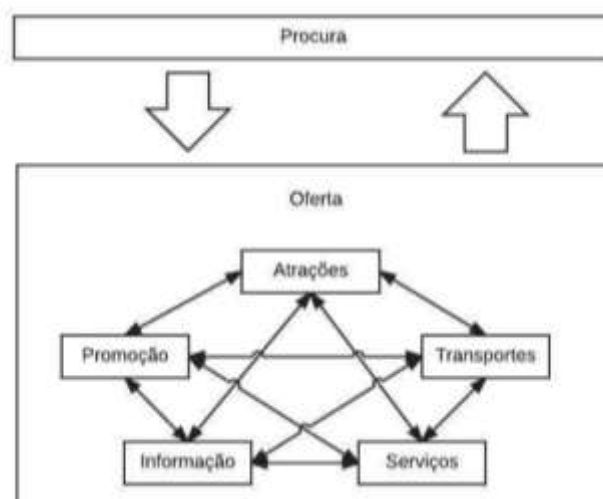


Figura 1 Modelo de Gunn e Var

Fonte: Gunn e Var (2002), adaptado por Silveira (2016, p. 103)

Para Cunha & Abrantes (2017, p.161) *"a definição de oferta turística resulta da própria definição de procura turística e inclui um conjunto de elementos, bens e serviços que não é possível delimitar com*

rigor: não são só os hotéis ou os restaurantes que fazem parte da oferta turística. Os recursos naturais, as atividades recreativas ou outros serviços prestados aos turistas, também devem ser incluídos nessa oferta". Todos os destinos turísticos devem possuir 5 elementos essenciais para que possam satisfazer a procura turística:

- I. Recursos turísticos que podem ser naturais (o clima, a flora e a fauna, a paisagem, as praias e as montanhas) e/ou construídos (a arte, a história, os monumentos ou os parques temáticos);
- II. Infraestruturas que apesar de não serem exclusivas da atividade turística são elementos essenciais para que a atividade turística possa funcionar (sistemas de abastecimento de água, sistema de drenagem, rede de esgotos, gás, eletricidade, facilidades de transporte, estradas, aeroportos, parques de estacionamento e marinas);
- III. Equipamentos que se distingue por ser composta pelos equipamentos que satisfazem a procura turística (os alojamentos, os restaurantes, entretenimento e diversões e estabelecimentos comerciais);
- IV. Acessibilidades e transportes (vias de acesso, formas de transporte e a sua organização);
- V. Hospitalidade e acolhimento (o espírito de hospitalidade, a cortesia, a deferência, o desejo de bem servir, a limpeza, a informação, ou seja, as condições criadas para receber bem os visitantes) (Cunha *et al.*, 2017, p. 164).

A oferta turística encontra-se à disposição da procura turística tendo sido desenvolvida para satisfazer as necessidades dos visitantes e *"quanto mais a oferta for ao encontro das expectativas da procura, maior será a possibilidade de o turismo se desenvolver e atingir os seus objetivos"* (Lopes, 2021, p.12).

Beni (1998 citado por Neves, 2012, p.13) integra na sua definição de oferta turística *"os equipamentos, bens e serviços tais como alojamento, alimentação, recreação e lazer, de carácter artístico, cultural, social ou de outros tipos, capazes de atrair e fazer permanecer numa determinada região, durante um determinado período de tempo, os visitantes"*. Já Balanzá & Nadal (2003, p.67) definem oferta turística como *"o produto turístico que chega até ao público que o procura, através de uma série de variáveis ou ferramentas de marketing, aplicadas e relacionadas adequadamente"*. Desta forma, conseguimos perceber que são considerados elementos da oferta turística todos os bens e serviços que foram desenvolvidos para os visitantes, mas também aqueles que satisfazem a população residente.

De acordo com Boiteux & Werner (2009, p.8), a oferta turística distingue-se por ser o *"conjunto de elementos que conformam o produto turístico, que são divididos em: atrativos turísticos, serviços turísticos, serviços públicos e infraestrutura básica. Os atrativos turísticos podem ser naturais ou culturais, enquanto os serviços turísticos incluem os meios de hospedagem, a alimentação, o agenciamento, os*

transportes turísticos, o aluguer de veículos e equipamentos, os eventos, os espaços de eventos, os entretenimentos, a informação turística”.

Na oferta turística “*encontram-se as atrações naturais e culturais, por um lado e, por outro lado, um conjunto de infraestruturas e de equipamentos que são fundamentais para a prestação de serviços aos turistas como os transportes e o alojamento*” (Moreira, 2013, p.68). A oferta turística refere-se, assim, ao aprovisionamento dos elementos essenciais para a atividade turística pelos destinos. Este fornecimento inclui a conservação, promoção e administração das instalações e dos recursos turísticos naturais ou construídos. É igualmente importante, existirem infraestruturas aptas para o usufruto turístico, tais como, em termos de estada, a existência de alojamentos, estabelecimentos de restauração, eventos e atividades de animação turística. Os percursos pedestres, as praias fluviais, os circuitos de btt, a escalada, os miradouros, os roteiros turísticos, o património religioso, arquitetónico e gastronómico e os eventos são elementos turísticos desenvolvidos pelo homem que compõem a oferta turística dos territórios tornando-os competitivos. As tradições e histórias dos destinos dão a conhecer as comunidades locais apresentando-se como elementos distintivos da oferta. A fauna e flora são constituintes naturais da oferta turística tal como as serras, os rios, as praias marítimas e a paisagem.

A oferta turística apresenta um conjunto de características particulares que a diferenciam da oferta de outra qualquer atividade, tais como:

- os bens produzidos não podem ser armazenados, pois todos os bens e serviços turísticos são produzidos para o momento em que são consumidos não podendo ser armazenados e transitarem para o período a seguir;
- o consumo turístico é condicionado pela presença do cliente, uma vez que para existir produção, é necessário a deslocação do cliente ao local onde esta se realiza, existindo uma relação de proximidade entre o consumo e a presença do cliente;
- simultaneidade da produção e do consumo, dado que a produção e o consumo ocorre no mesmo local e ao mesmo tempo;
- a oferta turística é imóvel, não existindo possibilidade de descolar a oferta turística de um local para outro;
- o produto turístico é compósito, visto que para qualquer viagem existe a necessidade de existir um conjunto mínimo de bens e serviços;
- intangibilidade, os produtos turísticos são imateriais e apenas podem ser observados e experimentados no momento de consumo (Cunha *et al.*, 2017, p.163).

1.2. Procura turística

O turista distingue-se por ser essencial para o sistema turístico, uma vez que é em torno das suas expectativas, necessidades e comportamento que se configura todo o sistema turístico. Os geógrafos Mathieson e Wall (1982) consideram a procura turística como o número total de pessoas que viajam, ou pretendem viajar, com o intuito de utilizar instalações e serviços turísticos em destinos distantes do seu lugar de trabalho e residência (Boniface & Cooper, 2009).

A procura turística distingue-se por ser efetiva ou latente e dentro da procura latente encontra-se a procura potencial ou diferida (Organización Mundial del Turismo, 2001), distinguem-se, desta forma os indivíduos que efetivamente viajam constituindo a procura efetiva dos indivíduos que desejam viajar e formam a procura latente (Boniface *et al.*, 2009). Dentro da procura latente encontra-se a procura potencial, pessoas que podem viajar se forem motivadas, e a procura diferida, que é determinada pelos indivíduos que pretendem viajar, mas que não o fazem por razões temporárias, que se prendem com o próprio ou com a oferta. Todavia, existe ainda a não procura, na qual se incluem os indivíduos que simplesmente não desejam viajar (Boniface *et al.*, 2009).

O conceito de procura turística de Balanzá & Nadal vai ao encontro do defendido por Boniface & Cooper (2009), pois consideram a procura turística *“como o número de pessoas que viajam (procura real) ou desejam viajar (procura potencial), para desfrutar de produtos e serviços turísticos, para locais diferentes do local de trabalho e residência habituais”* (2003, p.48). Ou seja, defendem, igualmente, que existem indivíduos que realmente viajam e outros que têm o desejo e a vontade de o fazer. Porém, ao contrário de Boniface & Cooper, Balanzá & Nadal incluem dois conceitos na procura diferida: substituição da procura: *“mudança ou substituição de uma atividade turística concreta por outra”* (Balanzá *et al.*, 2003, p.52) e desvio de procura que *“acontece quando se troca a localização geográfica do destino escolhido”* (Balanzá *et al.*, 2003, p.52).

Percebemos que a procura turística é um elemento constituinte do sistema turístico e caracteriza-se por ser *“o conjunto dos bens e serviços que as pessoas que se deslocam na qualidade de visitantes adquirem para realizar as suas viagens”* (Cunha *et al.*, 2017, p.117). Nesta definição não se incluem os indivíduos que pretendem viajar, apenas aqueles que efetivamente realizam a viagem.

Com a análise realizada podemos aferir que a procura turística é considerada como o número total de pessoas que viajam, isto é, que usam serviços em lugares fora do seu lugar de residência ou de trabalho habitual, porém, a procura turística também é composta pelos indivíduos que apresentam o desejo de viajar. Para alguns investigadores, incluem-se ainda na procura os indivíduos que não pretendem viajar.

A Organização Mundial de Turismo definiu os termos: visitantes, turistas, e excursionistas, sendo

que estes conceitos constituem a procura turística. A partir destes conceitos, surge um grupo heterogéneo de pessoas, que possuem personalidades e interesses díspares, tal como características sociodemográficas, motivações e experiências diferentes. O visitante é considerado qualquer indivíduo que se desloca para um local, situado fora do seu ambiente de residência e trabalho habituais, durante um período inferior a um ano, por uma razão que não seja a de exercer uma atividade remunerada no local visitado. O turista destaca-se por ser todo o visitante que pernoita, permanecendo pelo menos uma noite num estabelecimento coletivo ou privado que se situe fora da sua residência habitual. Já o excursionista caracteriza-se por ser um visitante temporário num local fora da sua residência habitual e que não pernoita (Divisão Estatística das Nações Unidas, 2008). Os visitantes podem igualmente ser classificados de domésticos, quando realizam deslocações dentro do seu país de residência, ou internacionais quando concretizam viagens para fora do país em que vivem.

As tipologias da procura são variadas tendo em consideração o ponto de vista de cada autor e a evolução temporal. Cohen (1972) procura definir quem é o turista, apresentando *“uma tipologia de turistas com base no grau de institucionalização destes, ou seja, perceber a extensão das suas experiências quanto à organização por intermediários da atividade turística”* (Silveira, 2016, p.109). Desta forma, percebemos que o autor divide os turistas em quatro tipos, considerando a familiaridade e o desconhecido: turista de massas organizado; turista de massas individual; exploradores e os que andam à deriva.

O turista de massas organizado caracteriza-se por preferir pacotes turísticos bastante organizados, com tudo incluído. O contacto com a comunidade local é reduzido e os turistas seguem um itinerário fixo, não se afastam uns dos outros, dominando a familiaridade. O turista de massas individual, apesar de optar por destinos já conhecidos e usufruir do mesmo tipo de organização do turista de massas organizado, não está dependente do pacote turístico, isto é, pode visitar atrações que não estão incluídas no pacote, tendo um maior impacto tanto económico como cultural no destino que visita. Os exploradores distinguem-se por serem eles a organizar a sua viagem, procurando fugir ao turismo de massas. Desejam conhecer e emergir na cultura local dos destinos que visitam, procurando o contacto com as comunidades locais. Os turistas que andam à deriva (turista itinerante) não planeiam detalhadamente a sua viagem, *“gostam de contactar com a comunidade local e de serem aceites temporariamente nesta, pelo que não apreciam o contacto com o sistema turístico formal nem com os outros turistas”* (Moreira, 2013, p.872), pretendem contactar com lugares exóticos, procurando *“a novidade a qualquer custo mesmo que implique desconforto e perigo”* (Silveira, 2016, p.109). Não recorrem a serviços das agências de viagens e provocam pouco impacto no destino, uma vez que se integram na cultura local *“e os seus padrões de despesas geralmente beneficiam os negócios locais em vez das grandes empresas”* (Silveira, 2016, p.109).

Plog (1977) foi o primeiro autor a estabelecer um modelo de segmentação psicográfica defendendo “*que existem duas grandes categorias (antagónicas) para caracterizar os traços psicográficos dos turistas: psicocêntricos vs alocêntricos*” (Brás, 2012, p.34). Na figura 2, encontramos o modelo de Plog, em que ao longo de uma curva de distribuição normal encontramos cinco segmentos, representando, cada um deles, a personalidade do turista. Nas extremidades do seu modelo deparamo-nos com o turista alocêntrico e o turista psicocêntrico, encontra-se no centro o turista mesocêntrico. De salientar, que há “*na transição do mesocêntrico para o alocêntrico o semi alocêntrico e do mesocêntrico para psicocêntrico o semi psicocêntrico*” (Moreira, 2013, p.872).

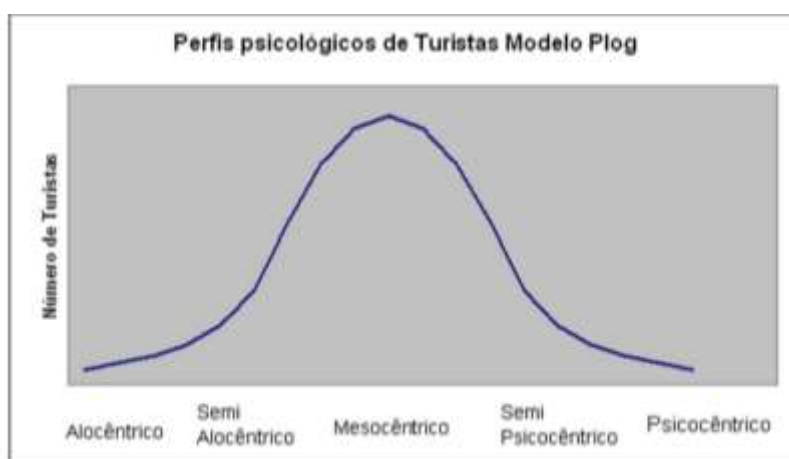


Figura 2 Modelo de segmentação psicográfica de Plog

Fonte: Brás (2012, p.36) adaptado de Yiannakis & Gibson (1992)

Para Plog, o turista alocêntrico gosta de sentir que controla a sua própria viagem, sendo bastante aventureiro, independente e confiante. Caracteriza-se por ser intelectualmente curioso, pretendendo explorar o mundo e emergir na experiência turística. É crítico das normas socialmente estabelecidas e quando viaja tem a preocupação de causar pouco impacto nos destinos. O turista psicocêntrico é inibido e pouco aventureiro, preferindo viajar para destinos que lhe são familiares. Tem uma maior preferência por viagens em grupo e organizadas, procura serviços standardizados, criados a pensar no turista, não corre riscos e não tem interesse em interagir com as comunidades locais. Os produtos relacionados com o património local são frequentemente procurados por este tipo de turista (Moreira, 2013). É na categoria de turista mesocêntrico que se inserem grande parte dos turistas, oscilando entre alocêntricos e psicocêntricos, tendo em conta as suas necessidades, motivações, gostos pessoais e estilos de vida (Brás, 2012).

A procura turística encontra-se relacionada com o processo de tomada de decisão dos indivíduos quando organizam as suas viagens, dependendo de uma diversidade de fatores tanto sociais, culturais, económicos, físicos como técnicos, que podem influenciar a decisão de viajar. A definição de procura irá sempre depender da perspetiva de cada investigador, tal como dos interesses que o movem. Todavia, é

essencial o conhecimento da procura de modo a perceber as tendências de mercado e para a concretização de um planeamento turístico eficaz.

Os turistas potenciais quando tomam a decisão de viajar desenvolvem percepções complexas dos atributos dos destinos em dois grandes grupos: facilitadores e inibidores (Um & Crompton, 1992). Os turistas avaliam os destinos considerando os impactos destes fatores. Os facilitadores são atributos do destino que os turistas acreditam que irão ajudá-los a satisfazer as suas motivações específicas. São a imagem que os turistas percebem de um destino e que os motiva a visitá-lo, exercendo uma maior influência na fase inicial da tomada de decisão. Em contraste, os inibidores são atributos que não são congruentes com as motivações dos turistas e poderão influenciar negativamente a sua tomada de decisão tendo um maior impacto nas últimas etapas quando o processo se torna mais sério (Moreira, 2010). A percepção de risco nas viagens destaca-se por ser um dos conceitos inibidores associados às viagens de turismo, dado que tem uma influência direta na intenção de compra dos turistas.

1.2.1. Motivação de viagem em turismo

A motivação turística tem sido estudada, ao longo dos anos, tendo em consideração diversas perspetivas. O estudo da motivação turística tem exercido um papel importante na compreensão do comportamento de viagem e na tomada de decisões, destacando-se por ser um conceito essencial para entender o motivo pelo qual os indivíduos realizam viagens e vão de férias para determinados destinos. Por conseguinte, as motivações tem sido importantes para os comerciantes de turismo e gerentes de atrações, que procuram melhorar a imagem dos destinos e das experiências turísticas que oferecem (Jamal & Lee, 2003).

Enquanto os determinantes de turismo de longo prazo podem ser identificados com alguma certeza e evidenciam estabilidade durante um longo período de tempo, as motivações para o turismo são menos precisas e tendem a mudar com mais frequência (Burkart & Medlik, 1981 citados por Mansfeld, 1992, p.405). As motivações apresentam-se como uma necessidade intrínseca que encoraja um indivíduo a adotar determinado comportamento para alcançar um estado de satisfação, quando os indivíduos tomam a decisão de viajar em lazer, fazem-no por motivos diferentes percebidos como forças que reduzem um estado de tensão (Beerli & Martín, 2004). O estímulo para viajar pode gerar uma motivação de viajar para um lugar muito específico ou a uma motivação geral em que não existe a preferência por um destino específico, *“é precisamente o nível de ambiguidade da preferência do destino que define a direção de escolha possível tomada pelo decisor turístico”* (Mansfeld, 1992, p.406).

A motivação turística é um conceito complexo, uma vez que apresenta particularidades muito específicas, pois o comportamento turístico é projetado no tempo e no espaço com muita antecipação; no período de vida individual, este comportamento tem um carácter episódico e é influenciado pelo

círculo de relações sociais de cada indivíduo e a satisfação pode traduzir-se quer num comportamento a ser futuramente repetido, quer na escolha de novas modalidades de férias (Dias, 2009).

Foram identificadas duas grandes abordagens às motivações turísticas: *“uma perspetiva psicossocial ou de micro-nível e uma perspetiva sociológica, mais ampla ou de macro-nível”* (Dias, 2009, p.118). A perspetiva psicossocial sugere que os indivíduos *“nascem com necessidades inatas básicas e, quando as pessoas experimentam desequilíbrio nos seus sistemas de necessidades, existem alternativas para satisfazer essas necessidades através do turismo e das viagens”* (Jamal et al., 2003, p.48), em contrapartida a perspetiva sociológica *“elege como fatores centrais da motivação turística determinadas condições estruturais e institucionais que desencadeiam comportamentos de rutura face aos padrões de vida quotidiana* (Dias, 2009, p.118), ou seja as pessoas viajam porque a estrutura da sociedade capitalista moderna os motiva a fazê-lo (Jamal et al., 2003).

Existem diversas teorias para explicar as motivações dos turistas, como é exemplo o modelo *push-pull*. A motivação *push - pull* é frequentemente usada para explicar o comportamento do turista e a sua motivação (Sato, Kim, Buning, Harada, 2018). A motivação *push* refere-se à força interior dentro do turista que o leva à decisão de realizar uma viagem, ou seja, as suas necessidades psicológicas de sair da rotina quotidiana, como o desejo de evasão, descanso, relaxamento, prestígio, saúde, aventura e interação social (Uysal & Jurowski, 1994). A motivação *pull* refere-se a uma força externa, isto é, os atributos do território que levam o turista a escolher um destino em detrimento de outro. A imagem que os indivíduos têm de um destino influencia a sua escolha na tomada de decisão e é interpretada de formas distintas. A imagem do destino e as forças que motivam a escolha dos turistas incluem os recursos tangíveis, como praias, instalações recreativas e atrações culturais e as perceções e expectativas dos viajantes, como novidade, expectativa e imagem de marketing (Uysal et al., 1994).

Algumas teorias psicológicas foram preponderantes nas abordagens teóricas da motivação turística, destacando-se a Teoria da Hierarquização das Necessidades de Maslow que defende que *“as necessidades humanas podem ser categorizadas em cinco classes distintas, de acordo com uma hierarquia de prioridade e uma ordem específica de ocorrência: fisiológicas, segurança, afiliação, estima e autorrealização”* (Pechilga, 2016, p.9).

A motivação turística é uma força motriz inicial do comportamento e afetará a intenção de visitar o destino (Hsu & Lam, 2003, citado por Kim, Lee, Uysal, Kim & Ahn, 2015). Estudos anteriores evidenciam *“que as motivações turísticas mais comuns baseadas na natureza incluem novidade, descanso e relaxamento, relacionamento social/familiar e autorrealização”* (Kastenholz & Rodrigues, 2007; Lang & O'leary, 1997; Meng et al., 2008, citados por Kim et al., 2015, p.7).

Os destinos possuem muitos elementos motivacionais que fazem com que os turistas os

procurem. O amor pela natureza (Luo & Deng, 2007) e pela cultura da região são uma motivação turística que tem bastante influência no momento de escolher o destino de viagem (López-Sanz, Penelas-Leguía, Gutiérrez-Rodríguez & Cuesta-Valiño, 2021). Pearce, Morrison & Rutledge (1998 citados por Luo *et al.*, 2007), referem que existem 10 tendências importantes de motivações turísticas das quais 4 estão relacionadas com a motivação de turismo de natureza: vontade de experimentar o ambiente natural; descansar e relaxar em ambientes agradáveis; procura por atividades diferentes, como mergulho e pesca; e por último vontade de estar saudável e em forma. Zeppel (2008 citado por Kim, *et al.*, 2015) mostrou que a principal motivação para o turismo de natureza está relacionada com fatores que dizem respeito ao ambiente, como visitar destinos pouco frequentados e intocados, e apreciar a natureza.

A motivação de fuga à rotina do quotidiano tem “*uma influência importante na formação da nova imagem do destino*” (López-Sanz *et al.*, 2021, p.13) e é um dos fatores motivacionais mais importantes. Esta traduz-se na necessidade “*de encontrar outras áreas ou atividades que nos permitam fugir por alguns dias*” (López-Sanz *et al.*, 2021, p.7).

1.2.2. A Imagem do destino turístico

Diversos estudos reconhecem a importância da imagem do destino, pois a forma como se imagina determinado lugar influencia a escolha do destino para o qual se pretende viajar, o comportamento no destino, os níveis de satisfação, as recordações da experiência, tal como a lealdade em relação ao um destino (Cherifi, Smith, Maitland & Stevenson, 2018). Antes de realizar a viagem o turista tem à sua disposição informação diversa sobre o destino que irá influenciar a imagem que o indivíduo possui de determinado território. Os destinos com imagens fortes e positivas encontram-se mais propensos a serem escolhidos no processo de decisão de viagem (Echtner & Ritchie, 2003).

A imagem dos destinos turísticos apresenta-se como o “*conjunto das impressões que uma pessoa ou grupo tem sobre um lugar no qual não residem*” (Hunt, 1971 citado por Reino, 2013, p.25). Na construção da imagem de um destino, “*todos os segmentos da indústria do turismo gastam bastante dinheiro. Uma imagem pode ser definida como a soma de crenças, ideias e impressões que uma pessoa tem de um destino*” (Crompton, 1979, p.18). A imagem do destino encontra-se associada às experiências dos turistas, podendo afetar a perceção que o visitante tem sobre as experiências que tem em determinado destino turístico. Os territórios devem, assim, apostar na sua imagem, dado que esta se apresenta como um elemento fulcral para a escolha de determinado destino em detrimento de outro.

A imagem de um destino pode “*variar desde aquelas baseadas em traços funcionais e psicológicos 'comuns' até às baseadas em características, eventos ou sentimentos 'únicos'*”, isto é, “*a imagem de um destino pode ser composta pelas impressões de um grupo central de traços no qual todos os destinos são comumente avaliados e comparados. Por exemplo, a imagem de um destino pode incluir avaliações sobre*

certas características funcionais comuns, como níveis de preços, infraestrutura de transporte, tipos de acomodação, clima, segurança, qualidade de serviço esperada, fama, etc.” ou pode “incluir características e eventos únicos (características funcionais) ou auras (características psicológicas)” (Echtner et. al., 2003, p.43).

É importante que os destinos se diferenciem e *“fazê-lo através da sua imagem é crucial. Para isso é necessário distinguir entre imagem e identidade”* (Reino, 2013, p.28). Enquanto a imagem se relaciona com o recetor, a identidade está relacionada com o emissor, por outras palavras *“a imagem é a forma como o público percebe o destino e a identidade abrange os métodos adotados pelo destino para se identificar e posicionar”* (Reino, 2013, p.28).

Grande parte dos investigadores defende que a imagem do destino tem pelo menos duas dimensões: cognitiva e emocional. A dimensão cognitiva refere-se às crenças ou conhecimentos sobre os atributos de um destino, enquanto a dimensão afetiva diz respeito aos sentimentos ou apego que os indivíduos tem sobre determinado destino (Baloglu & McCleary, 1999). As fontes de informação são influenciadas pelo componente cognitivo da imagem, ou seja, *“o componente cognitivo desempenha um papel intermediário entre as fontes de informação e o componente afetivo”* (Holbrook, 1978 citado por Baloglu et al., 1999, p. 874).

A imagem do destino na perspetiva do turista doméstico e do internacional pode ser percebida de formas dispare, uma vez que *“os turistas internacionais muitas vezes têm percepções vagas e pouco claras sobre diferentes destinos com base no seu próprio conhecimento pessoal e em informação adquirida através de fontes de informações turísticas, como publicidade e os meios de comunicação”* (Seabra, Pereira, Silva, Abrantes, Reis & Paiva, 2020, p. 2), enquanto que o turista doméstico tem um maior conhecimento sobre o destino, dominando quais os melhores lugares para visitar e o melhor que tem para oferecer à experiência turística, fazendo com que *“a sua imagem de destino seja mais complexa e multifacetada”* (Seabra et al., 2020, p. 2).

A imagem do destino turístico relaciona-se com a imagem que os indivíduos tem do destino e é interpretada de formas diferentes pelos turistas consoante a sua proximidade ou distanciamento ao destino. O marketing do destino destaca-se por ser bastante importante para que os territórios promovam uma imagem segura e atraente para que possam motivar os indivíduos a visitar o seu território. A imagem que o turista tem do destino antes de o visitar, isto é, a expectativa gerada e a realidade encontrada pelos indivíduos quando visitam o destino turístico, é essencial para que estejam satisfeitos e para que possam retornar ao destino. Assim, quanto mais informação sobre o destino é disponibilizada ao turista, mais a imagem que este terá do destino corresponderá à realidade (Gândara, 2008).

A imagem do destino pode ser definida identificando dois níveis (imagem orgânica e imagem induzida), fundamentados no tipo de informação transmitida ao turista (Gunn 1972 citado por Laucyte, 2018). A imagem orgânica distingue-se por estar associada a fontes de informação não turísticas e/ou fontes não diretamente associadas ao destino. Inclui as informações que os indivíduos possuem sobre o destino que são formadas tendo em consideração as opiniões de familiares e/ou amigos e outras pessoas que já visitaram ou vivem no destino (jornais, revistas, televisão, livros, filmes). Em contrapartida a imagem induzida consiste na informação adquirida através de publicidade ou comunicação realizada por organizações de turismo da região. Inclui brochuras de viagens, opiniões de agentes de viagens, folhetos, conteúdo dos sites de promoção dos destinos, vídeos promocionais e anúncios (Gunn 1972 citado por Laucyte, 2018).

Diversos investigadores concordam que a imagem é principalmente formada através de duas forças principais: fatores de estímulo e fatores pessoais (figura 3). Enquanto os fatores de estímulo decorrem do estímulo externo das fontes de informação (publicidade, agências de viagens, entre outras) e experiência de viagens anteriores, os fatores pessoais, são as características sociais (idade, grau de instrução, estado civil) e psicológicas (valores, motivação, personalidade) (Baloglu *et al.*, 1999).

As motivações do turista têm uma grande influência *“na imagem do novo destino turístico pós-viagem, sendo as motivações naturais e culturais as que mais têm influência”* (López-Sanz, *et al.*, 2021, p.15). As zonas rurais não só devem estar associadas a uma boa imagem, como também devem ser promovidas de forma correta para que os futuros turistas conheçam o destino de forma adequada (López-Sanz, *et al.*, 2021).

A geração a que um turista pertence influencia a imagem que este tem do destino e os vários atributos que o destino oferece motivam os turistas a visitá-lo. Caso a perceção seja positiva os indivíduos podem ponderar voltar a procurar o destino. Os *Baby Boomers* desenvolvem uma imagem cognitiva de destino baseada principalmente nas componentes históricas e culturais do destino, no seu património e atrações (Seabra *et al.*, 2020). O relaxamento e a socialização são, também, elementos a considerar, essencialmente, quando é proporcionado um contacto com a vida rural da população local (Seabra *et al.*, 2020). *“A mudança de rotina e o relaxamento são conceitos que para os turistas (...) se relacionam com os benefícios que as áreas naturais lhes trazem e que os fazem relaxar e aliviar o stress”* (Santos, 2018, p.53). Estes procuram ter experiências culturais, desfrutar de descanso e tranquilidade, e vivenciar experiências sociais enriquecedoras (Seabra *et al.*, 2020).

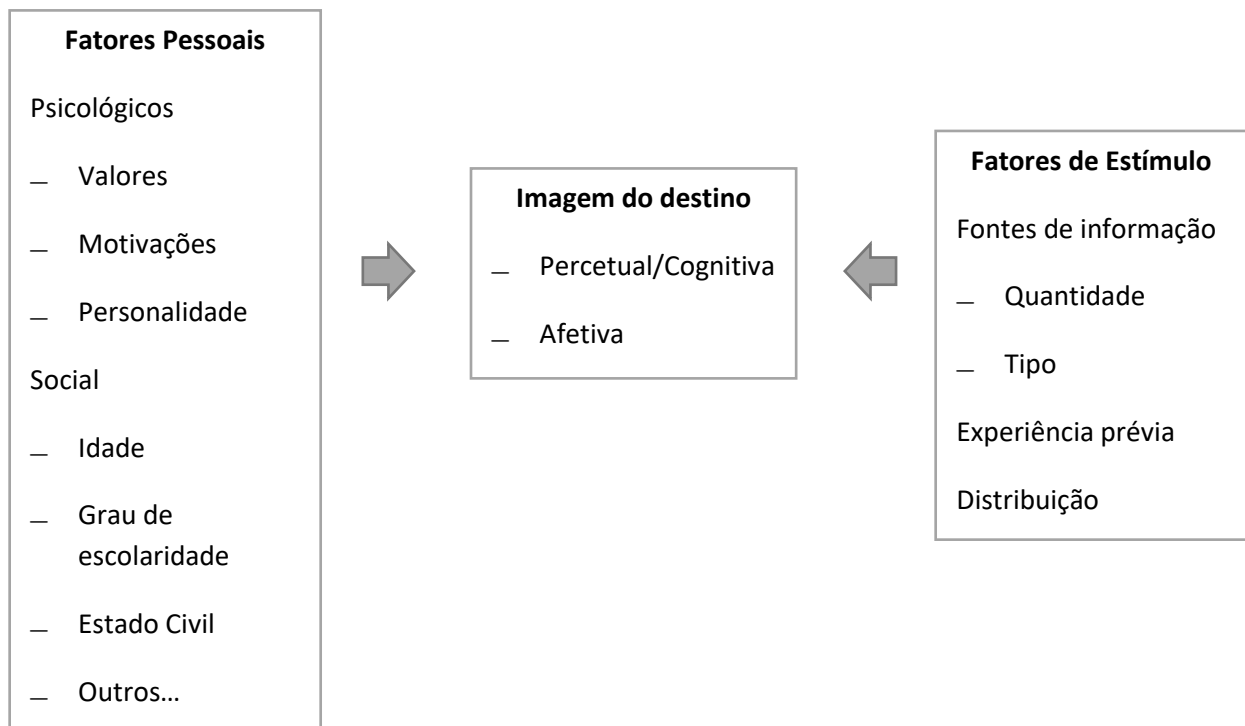


Figura 3 Modelo de Formação da Imagem dos Destinos

Fonte: Baloglu & McCleary (1999, p.33)

Em contrapartida, os turistas que pertencem à *Geração X* têm uma imagem cognitiva de destino mais complexa, destacando a simplicidade e autenticidade relacionadas com a beleza das paisagens e com as tradições locais (Seabra *et al.*, 2020). A “*autenticidade e singularidade dos locais é uma das dimensões de imagem associada à Natureza*” (Santos, 2018, p.58). O relaxamento e socialização são, igualmente, um fator importante para esta geração (Seabra *et al.*, 2020). Já os *Millennials* constroem a imagem do destino baseada principalmente no bom ambiente, uma dimensão relacionada com a limpeza do local, a qualidade ambiental, a boa qualidade de vida que oferece (Goldman Sachs, 2022) e a nostalgia que o destino proporciona ao turista (Seabra *et al.*, 2020).

No que concerne à imagem afetiva do destino os turistas da *Geração X* associam mais sentimentos positivos aos lugares em comparação com os *Baby Boomers* e *Millennials*. Porém, os *Baby Boomers* e os *Millennials* possuem preferências semelhantes em aspetos como o entusiasmo, autenticidade, relaxamento e novidade (Seabra *et al.*, 2020).

Os destinos devem apostar em atributos que transmitam aos turistas uma imagem de qualidade tendo em consideração as preferências das várias gerações. É fundamental que os turistas se sintam satisfeitos com a viagem realizada e criem uma ligação ao território de forma a regressarem e/ou a recomendarem o destino.

1.2.3. Percepção de Risco

A globalização dos mercados turísticos aumentou ao longo dos anos (Levitt, 1983 in Seabra, Dolnicar, Abrantes & Kastenholz, 2013), contribuindo para o aumento dos riscos globais. O turismo é uma das atividades mais suscetíveis aos riscos globais e os principais fatores de risco no turismo foram classificados por diversos investigadores, estes são variados e incluem terrorismo; guerra e instabilidade política; saúde; crime; e riscos culturais e dificuldades linguísticas (Reisinger & Mavondo, 2008), *“em estudos empíricos, a percepção de risco do turismo foi identificada como multidimensional”* (Zhu & Deng, 2020, p.3). Por conseguinte, entende-se que a atividade turística é muito vulnerável a riscos globais.

A percepção de risco dos turistas influencia de forma direta a intenção de compra dos turistas (Cui, Liu, Chang, Duan & Li, 2016). O risco causa grande incerteza nos turistas, todavia a percepção de risco é entendida de formas diferentes pelos indivíduos dependendo de vários fatores como: o tipo de risco e a sua importância para os indivíduos; a idade, género e estatuto social; a personalidade do turista e a sua motivação; a forma de organização de viagem (viagem em grupo versus viagem individual), a etapa da viagem, o conhecimento individual de cada viajante, a aceitação de riscos e o grau de exposição voluntária ao risco (Reisinger *et al.*, 2008). Portanto, as percepções diferem *“dependendo do tipo de risco, do contexto de risco, da personalidade do indivíduo e do contexto social. Vários fatores como conhecimento, experiência, valores, atitudes e emoções influenciam o pensamento dos indivíduos relativamente ao risco”* (Wachinger, Renn, Begg & Kuhlicke, 2013, p. 1049).

A percepção de risco é um julgamento subjetivo quanto à probabilidade de ocorrência de uma determinada consequência negativa tendo em conta a importância que esse acontecimento tem para os indivíduos (Al-Dahash, Kulatunga & Allali, 2022). A inevitabilidade da atividade turística requer que os turistas tenham um certo nível de conhecimento do ambiente do destino para o qual se deslocam (Cui *et al.*, 2016), pois a qualquer momento pode haver uma ocorrência inesperada. Desta forma, os viajantes escolhem *“destinos que melhor atendem às suas necessidades, oferecem mais benefícios, e tem menores custos ou riscos inerentes. Se um turista se sentir inseguro ou ameaçado por uma situação específica no destino, é provável que ocorra uma impressão geral negativa”* (Seabra *et al.*, 2013, p.1).

A maioria dos investigadores analisou o risco percebido *“pois os indivíduos geralmente preocupam-se com apenas uma parte das possíveis consequências”* (Budescu & Wallstein, 1985 in Moreira, 2010, p.148) em detrimento do risco real (Yang & Nair, 2014). Quando os turistas vão de férias muitas vezes não reconhecem as probabilidades de risco inerentes à sua viagem, apesar de poderem ter uma ideia geral sobre as possibilidades de risco que existem, neste caso encontramos-nos perante a presença de risco percebido (Yang *et al.*, 2014).

Vários fatores influenciam a percepção de risco dos indivíduos destacando-se o conhecimento

sobre o perigo, também *“a gravidade do perigo e o conhecimento do perigo em termos de magnitude, taxa de recorrência e espaçamento temporário podem influenciar a percepção do risco”* (Al-Dahash et al., 2022, p.2). O conhecimento sobre o perigo muitas vezes é aprendido devido à educação dos indivíduos, através do conhecimento que é transmitido de geração em geração, tal como pode ser influenciado pelas experiências passadas, por outras palavras a percepção de risco é bastante afetada pela forma como as pessoas perspetivam o mundo e as ideologias que mantêm em relação ao ambiente em que vivem (Al-Dahash et al., 2022).

O risco percebido *“exerce um impacto na percepção da imagem do destino, reduzindo a intenção de viagem do turista”* (Caber, Rodríguez, Albayrak & Simonetti, 2020, p.347). É importante que os destinos realizem campanhas de marketing de forma a invocar emoções positivas em relação ao destino turístico, uma vez que uma campanha bem-sucedida pode vir a reduzir a percepção de risco fazendo com que o turista tenha vontade de viajar e visitar o destino.

Entre os riscos com maior probabilidade de ocorrerem nos próximos dez anos encontram-se os climáticos devido à falha de ação climática e aos problemas ambientais causados pelo homem potenciando o aumento das doenças infecciosas; a concentração de poder digital, que irá aumentar as desigualdades no acesso aos meios digitais e irá levar a falhas de segurança cibernética; o aumento de armas de destruição e as crises de subsistência (World Economic Forum, 2021).

2. Mercado turístico

2.1. Tendências do mercado turístico

Ao longo dos últimos anos a decisão de viajar tem sido bastante influenciada por eventos externos como são exemplo os ataques terroristas, a crise económica e financeira de 2008-2009, e mais recentemente a pandemia do COVID-19 e a guerra na Ucrânia. A necessidade de uma viagem turística segura é um elemento fundamental para a maioria dos turistas e a segurança em viagem apresenta-se com um dos fatores que mais influencia a escolha de determinado destino. Os destinos mais inseguros tem uma maior dificuldade de atração de turistas, e uma imagem negativa devido à percepção de falta de segurança pode prejudicar a indústria de turismo local (Lepp & Gibson, 2003).

Apesar dos diversos desastres naturais causados pelo homem influenciarem *“significativamente o fluxo do turismo, a ameaça de perigo que acompanha o terrorismo ou a turbulência política tende a intimidar os turistas de forma mais severa”* (Sönmez, 1998, p. 416). O terrorismo encontra-se bastante presente nas nossas vidas e *“aceitar a sua presença, a gestão e prevenção das suas consequências negativas é uma questão fundamental”* (Seabra, Abrantes & Kastenholtz, 2012, p.1), contudo, faz com que os turistas sintam ansiedade ao viajar, existindo muitos destinos percebidos como inseguros. Os

terroristas selecionam alvos vulneráveis e indefesos e os turistas apresentam-se como alvos preferenciais, uma vez que, *“um ataque terrorista direcionado a turistas pode ajudar os terroristas a atingirem os seus diversos objetivos: divulgação da sua “causa”, ameaça económica, oposição ideológica ao turismo, entre outros aspetos”* (Sönmez, 1998 citado por Seabra *et al.*, 2012, p.2). Em 2001, os ataques às Torres Gémeas prenderam a atenção de investigadores preocupados com a imagem do destino e o conceito de risco passou a ser aplicado às viagens de turismo (Korstanje, 2011).

A crise económica e financeira de 2008-2009 teve um forte impacto na economia mundial, com fortes reflexos também no sector do turismo (Pereira & Ferreira, 2014), tendo sido a primeira crise preocupante enfrentada pelo setor em todo o mundo. Os orçamentos para viajar foram reduzidos e muitos indivíduos acabaram por adiar, alterar ou até cancelar os seus planos de viagem, o que fez com que as viagens realizadas diminuíssem bastante (World Tourism Organization and International Labour Organization, 2013). Esta crise fez com que os hábitos de viagem dos indivíduos se alterassem, levando à *“diminuição das viagens de longa distância em prol das viagens de curta distância, incluindo intrarregionais e domésticas”* (World Tourism Organization and International Labour Organization, 2013, p.3). Porém, no ano de 2010, *“o setor do turismo recuperou mais rapidamente do que o esperado e compensou totalmente as perdas causada pela crise económica a nível mundial”* (World Tourism Organization and International Labour Organization, 2013, p.3).

Em 2011, Portugal viu-se obrigado a pedir ajuda financeira à Troika, formada pela Comissão Europeia, pelo Banco Central Europeu e pelo Fundo Monetário Internacional, o que levou o Governo português a tomar medidas de austeridade: cortes nos salários e nas pensões dos funcionários públicos, aumento da carga fiscal e redução do investimento público (Pereira *et. al.*, 2014). Com a crise financeira percebeu-se a importância do turismo doméstico apesar de não ser predominante no sector do turismo em Portugal, e esta importância veio, novamente, a refletir-se nos últimos anos devido à pandemia de COVID-19.

Atualmente, entre os vários riscos associados às viagens destaca-se o risco relativo à saúde, sendo considerado um dos mais importantes na decisão de viajar. As doenças *“influenciaram severamente a indústria do turismo, e o impacto económico das pandemias na atividade turística e a sua influência na intenção de viagem foram amplamente discutidos”* (Floyd *et al.*, 2004; Lee *et al.*, 2012 citado por Bae & Chang, 2020, p.3). Devido à COVID-19 o mundo enfrentou uma crise pandémica sem precedentes (Chebli & Ben, 2020, p.196), tendo afetado bastante a indústria turística. A pandemia que o mundo tem enfrentado nos últimos anos, fez com que a segurança das viagens internacionais se tornasse uma preocupação global, fazendo com que o risco relacionado com a saúde continuasse a ser uma preocupação fundamental na decisão de viajar. O turismo e a mobilidade em viagens tem mais riscos

associados do que outras atividades e *“as preocupações com a saúde foram indicadas como negativas, afetando a escolha do destino dos turistas aumentando a percepção de risco ao viajar”* (Jonas et al., 2011 citado por Caber et al., 2020, p. 337).

A segurança e higiene tornaram-se um fator essencial para a escolha dos destinos, e os turistas atribuem uma maior importância à segurança sanitária e às condições de higiene antes de comprarem viagens, reservarem alojamento ou atividades de animação turística (IPDT- Turismo e Consultoria, 2021). Assim sendo, *“as empresas que integram recursos excepcionais de desinfecção aos produtos e serviços (...) atrairão consumidores que têm obsessão por segurança”* (Westbrook & Angus, 2021, p.30).

Os turistas são atraídos para destinos que garantam um ambiente seguro através da implementação de protocolos e onde o distanciamento social é encarado com tranquilidade (World Travel & Tourism Council, 2021). Da mesma forma, os destinos nos quais o processo de vacinação tenha sido bem gerido serão privilegiados, pois *“a segurança continuará entre as principais prioridades para os viajantes no próximo ano”* (Regiondo, 2021, p.9).

A descoberta do próprio país é uma tendência potenciada pela pandemia que veio para ficar. Desta forma, os turistas vão continuar a explorar o país *“quer de carro, de mota, ou autocaravana”* (IPDT- Turismo e Consultoria, 2021), sendo que as *“escapadinhas de 2/3 dias devem ser mais frequentes ao longo do ano”* (IPDT- Turismo e Consultoria, 2022, p.23). Percebemos que o mercado mais próximo durante algum tempo irá ser preferido, porém, acredita-se *“que a procura de longa distância retorne à sua participação de mercado de 2019 no ano de 2030”* (European Travel Commission, 2021, p.21).

Manter-se-á uma maior preferência de viajar em grupos reduzidos, e *“além de ser um comportamento que transmite maior sensação de segurança ao turista, permite que a experiência ou visita seja mais personalizada, criando um sentimento de maior proximidade com o serviço que está a usufruir, ou com o destino que está a conhecer”* (IPDT- Turismo e Consultoria, 2021, p.17). Segundo o IPDT *“as viagens entre amigos ou em família deverão ser uma tendência a considerar pelos destinos e empresas turísticas (...)”* (2022, p.24). Com a pandemia muitos casais adiaram os seus casamentos, e 2022 será o ano em que haverá um boom das *Wedding trips*, dado que *“os casamentos não envolvem, apenas, o dia da cerimónia, e têm associados a si vários momentos de celebração que, geram, cada vez mais, viagens, desde as viagens para realizar o pedido de casamento, às viagens de lua de mel, passando pelas despedidas de solteiro/a e até mesmo às viagens de celebração de aniversário da relação”* (IPDT- Turismo e Consultoria, 2022, p.24).

Nestes últimos anos, as restrições nas viagens foram uma constante, tendo incitado a vontade de viajar na população. Muitas famílias aumentaram as suas poupanças devido ao menor consumo, durante a pandemia, proporcionando-lhes uma maior abertura para a realização das GOAT-Greatest of All Trips

(IPDT- Turismo e Consultoria, 2022, p.24). Na realização destas viagens de sonho, os *influencers* digitais, têm uma grande influência pois são *“cada vez mais o número de influencers que organizam, comercializam viagens e acompanham-nas, proporcionando uma experiência de maior proximidade com os seus seguidores”* (IPDT- Turismo e Consultoria, 2022, p.24). Todavia, muitos consumidores *“ameaçados por riscos existenciais, como desemprego e orçamentos mais apertados (...) escolherão produtos e serviços que possam ajudá-los a encarar crises e eventos radicais no futuro”* (Westbrook et al., 2021, p.38), o que faz com que o ambiente económico influencie os gastos dos indivíduos levando a que estes optem por marcas genéricas. Assim, *“as empresas devem identificar as oportunidades e oferecer pacotes premium para os consumidores dispostos a pagar por eles”* (Westbrook et al., 2021, p.38).

Os turistas vão procurar atividades mais dinâmicas que lhes permitam exercitar e libertar-se da rotina diária. Da mesma maneira, irão privilegiar atividades em que possam ter uma maior proximidade com as comunidades locais e as suas tradições. *“Descobrir outras áreas menos visitadas dos destinos, bem como destinos na proximidade”* (IPDT- Turismo e Consultoria, 2021, p.18) serão também uma tendência de viagem. Os indivíduos vão preferir atividades que *“proporcionem uma experiência em comunhão com a natureza, num ritmo mais lento, permitindo quebrar a rotina citadina”* (IPDT- Turismo e Consultoria, 2021, p.19). Posto isto, compreendemos que irá prevalecer o efeito da pandemia de fugir dos grandes centros urbanos optando-se por territórios de baixa densidade e destinos que permitam contactar, descobrir a natureza e realizar atividades ao ar livre.

A segurança e a saúde influenciaram o comportamento do consumidor no futuro, os produtos não devem ser apenas de alta qualidade e a preços razoáveis, devem também fornecer níveis extras de segurança e tranquilidade aos consumidores, dado que estes vão optar por produtos com ingredientes biológicos e de qualidade que proporcionem benefícios para a saúde (Conway, Angus, Linthicum & Mcniff, 2021). O bem-estar mental e emocional será uma das preocupações para os indivíduos e a alimentação saudável tornar-se-á um elemento importante a ser considerado pelos consumidores (Boumphrey, 2020), tal como a prática de exercício físico. Na mesma linha, as viagens para realizar tratamentos de beleza especializados são uma tendência que tem evidenciado um crescimento e os turistas *“viajam para vários países à procura de cirurgias estéticas e tratamentos de beleza”* (IPDT- Turismo e Consultoria, 2022, p.26).

A pandemia veio lembrar que a sustentabilidade é uma preocupação que devemos ter em consideração, e será uma das tendências para o futuro do turismo. A sustentabilidade não é uma questão pela qual as empresas de turismo devem competir, sendo importante abordar as mudanças climáticas, rumo a uma economia circular (World Travel & Tourism Council, 2020). Os consumidores defendem que as empresas não se *“deveriam focar apenas na receita, pois são mais do que organizações com fins*

lucrativos. A partir da COVID-19, aumentou a expectativa de que as empresas devem proteger a saúde e os interesses da sociedade e do planeta, a fim de Reconstruir Melhor” (Westbrook et al., 2021, p.3).

Existe, por parte dos turistas, uma maior preocupação com os destinos e com as comunidades locais, procurando-se que a atividade turística permita que ocorram melhorias na qualidade de vida da população, uma valorização da cultura e a preservação do meio ambiente. A população encontra-se cada vez mais atenta tendo *“aumentado a conscientização do público sobre os mercados de vida selvagem e a caça furtiva, impulsionando a defesa da proteção da vida selvagem e da biodiversidade” (World Travel & Tourism Council, 2021, p.16).* Os consumidores irão privilegiar, cada vez mais, *“marcas que ajudem a fazer do mundo um lugar mais limpo, saudável, resiliente e justo” (Westbrook et al., 2021, p.4),* encontrando-se mais atentos tanto às questões sociais como às ambientais, optando por empresas que invistam os seus lucros em ações sustentáveis no pós-pandemia (Westbrook et al., 2021).

Em última análise, percebeu-se que a transformação digital tem vindo a impulsionar o crescimento do turismo estando a ter um efeito profundo no setor, alternando a forma como as pessoas viajam e como os serviços são prestados (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico, 2020). A digitalização durante a pandemia foi bastante notória *“dada a mudança para o trabalho à distância, bem como os confinamentos em todo o mundo, houve uma alteração rápida no sentido da digitalização” (Ambitur, 2020)* existindo um *“crescimento de modelos e plataformas de negócios habilitados digitalmente que permitem aos consumidores um acesso mais fácil a produtos de viagem e a novos destinos” (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico, 2020, p.23).* Os consumidores, na procura de entretenimento, irão optar por *“novos hábitos e participarão cada vez mais em eventos e interações virtuais” (Westbrook et al., 2021, p.18),* por conseguinte, *“as empresas que oferecerem experiências seguras e incríveis através de vários métodos e plataformas atrairão clientes fiéis” (Westbrook et al., 2021, p.18).* A pandemia alargou *“a mente dos consumidores mais velhos para os benefícios do mundo digital (...) Tecnologia fácil de usar e soluções perfeitas combinados com a comunicação face a face definem o futuro da inclusão digital para idosos” (Angus & Westbrook, 2022, p.19).* A digitalização do setor é uma das tendências que se fará sentir nos próximos anos, uma vez que *“a digitalização é essencial para o desenvolvimento bem-sucedido do turismo sendo áreas prioritárias para a ação política” (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico, 2020, p.35).* A digitalização das empresas possibilita que estas melhorem os seus recursos e a maximização de eficiência das suas operações. Ter as tecnologias certas permite maior agilidade nas operações, permitindo que as empresas reajam com mais rapidez quando existe procura por parte do consumidor (Evans, 2020).

Atualmente, os turistas viajam com menos instrumentos de índole pessoal *“uma vez que o seu telemóvel reúne todas as informações e as ferramentas necessárias para a viagem” (IPDT- Turismo e*

Consultoria, 2021), sendo fundamental que os *“destinos e as empresas considerem este comportamento e se adaptem a ele (ex: o turista precisa sempre de bateria, rede e internet no telemóvel)”* (IPDT- Turismo e Consultoria, 2021), pois *“é a partir do telemóvel que a experiência do turista se desenvolve”* (IPDT- Turismo e Consultoria, 2022, p.25).

Acredita-se que os *“nómadas digitais”*, venham a ser uma certeza do turismo nos próximos anos, uma vez que, *“a adoção do teletrabalho por mais empresas, abre a possibilidade para que os profissionais articulem o seu fluxo de trabalho em “viagem”, em destinos e serviços que estejam preparados para tal”* (IPDT- Turismo e Consultoria, 2021, p.18).

As criptomoedas apresentam-se, igualmente, como uma tendência do turismo, dado que, *“as transações e os pagamentos com moedas virtuais são cada vez mais frequentes”* (IPDT- Turismo e Consultoria, 2021).

Capítulo II- Observatório do Turismo Sustentável do Centro de Portugal na Comunidade Intermunicipal da Beira Baixa: Proença-a-Nova

1. Estágio na Entidade Regional do Turismo Centro de Portugal

1.1. Caracterização da Entidade de Acolhimento

A Entidade Regional do Turismo Centro de Portugal, conhecida como Turismo Centro de Portugal (TCP), apresenta-se como *“uma pessoa coletiva pública, de natureza associativa, com autonomia administrativa e financeira e património próprio”* (Diário da República, 2013, p.21323). A Assembleia Geral, a Comissão Executiva, o Conselho de Marketing e o Fiscal Único são os órgãos que constituem a Entidade Regional do Turismo do Centro de Portugal. A Turismo do Centro de Portugal tem sede em Aveiro, porém a sede pode ser deslocada para outro território da área de atuação da NUT II Centro, por decisão da Assembleia Geral.

A TCP encontra-se integrada no Ministério da Economia e Mar e apresenta como missão *“a valorização e o desenvolvimento das potencialidades turísticas da respetiva área regional de turismo, a promoção interna e no mercado interno alargado dos destinos turísticos regionais, bem como a gestão integrada dos destinos no quadro do desenvolvimento turístico regional”* (Diário da República, 2013, p.21324). Como atribuições, considerando o Diário da República (2013, p. 21324), o Turismo Centro de Portugal deve:

- Colaborar com os órgãos da administração central e local com vista à prossecução dos objetivos da política nacional que for definida para o turismo, designadamente no contexto do

desenvolvimento de marcas e produtos turísticos de âmbito regional e sub-regional e da sua promoção no mercado interno alargado, compreendido pelo território nacional e transfronteiriço com Espanha;

- Definir o plano regional de turismo, em sintonia com a estratégia nacional de desenvolvimento turístico, e promover a sua implementação;
- Assegurar o levantamento da oferta turística regional e sub-regional e a sua permanente atualização, no quadro do registo nacional de turismo, e realizar estudos de avaliação do potencial turístico da respetiva área territorial;
- Organizar e difundir informação turística, mantendo e/ou gerindo uma rede postos de turismo e de portais de informação turística;
- Dinamizar e potenciar os valores e recursos turísticos regionais e sub-regionais;
- Monitorizar a atividade turística regional e sub-regional, contribuindo para um melhor conhecimento integrado do setor;
- Assegurar a realização da promoção da região, enquanto destino turístico e dos seus produtos estratégicos, no mercado interno alargado compreendido pelo território nacional e transfronteiriço com Espanha.

É importante salientar que o plano regional de turismo definido pela Entidade Regional de Turismo Centro de Portugal deve garantir a avaliação dos destinos sub-regionais de turismo existentes e assegurar o desenvolvimento daqueles cujos sinais distintivos já se encontrem consolidados (Diário da República, 2013, p. 21324).

Em termos territoriais o Centro de Portugal assume-se como zona de atuação da TCP, integrando 8 Comunidades Intermunicipais: Região de Aveiro; Viseu Dão/Lafões; Região de Coimbra; Região de Leiria; Oeste; Médio Tejo; Beira Baixa e Beiras e Serra da Estrela). Possui sede em Aveiro, detendo 7 delegações na Região Centro: Delegação da Ria de Aveiro; Delegação de Coimbra; Delegação de Viseu/Dão Lafões; Delegação da Serra da Estrela; Delegação de Castelo Branco; Delegação de Leiria/Fátima/Tomar e Delegação do Oeste.

A organização interna do Turismo Centro de Portugal é formada “*por unidades orgânicas centrais, delegações e lojas ou postos de turismo*” (Diário da República, 2013, p.21328). As unidades orgânicas centrais estão estruturadas no Departamento de Estratégia e Operação (DEO) que abrange três núcleos: o núcleo de Estruturação, Planeamento e Promoção (EPP); o núcleo de Comunicação, Imagem e Relações-Públicas (CI e RP); e o núcleo de Animação e Informação Turística (AIT), e no Departamento Administrativo e Financeiro que compreende o Núcleo de Apoio ao Investimento Turístico e os Serviços Administrativos e Financeiros (SAF) (figura 4).

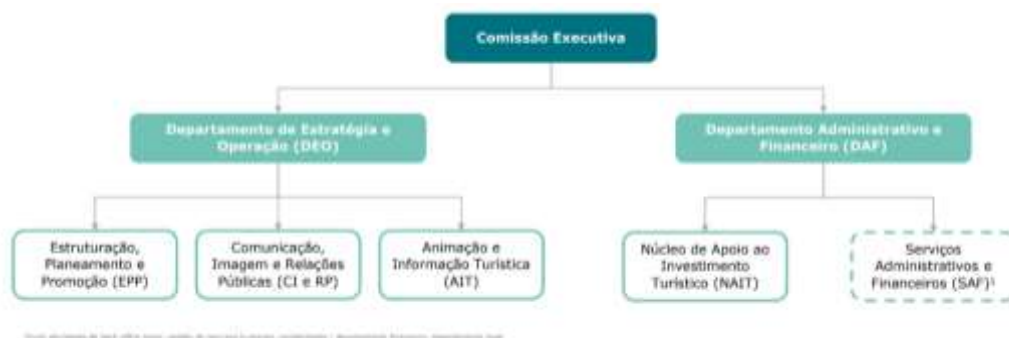


Figura 4 Estrutura interna da Entidade Regional de Turismo Centro de Portugal

Fonte: Turismo Centro de Portugal (2019)

Ao Departamento de Estratégia e Operação compete:

- Elaborar estudos e apresentar proposta para a definição do Plano Regional de Desenvolvimento Turístico e Plano de Marketing, e promover a sua implementação;
- Apresentar propostas para a definição dos instrumentos de gestão previsional e relatórios de atividades;
- Assegurar a realização da promoção, comunicação, imagem e relações-públicas;
- Organizar e difundir informação turística, mantendo ou gerindo uma rede de postos de turismo e de portais de informação turística;
- Dinamizar e potenciar os valores e recursos turísticos regionais e sub-regionais;
- Assegurar o desenvolvimento, estruturação e qualificação da oferta turística;
- Dinamizar e potenciar as relações com o *trade* e capacitação dos agentes económicos;
- Assegurar a participação em eventos e feiras de elevada importância para a promoção da Região;
- Propor a criação, dinamização e acompanhamento de redes de cooperação regionais, nacionais e transfronteiriças;
- Apresentar propostas que garantam a sustentabilidade da Região (Turismo Centro de Portugal, 2019, p.9).

Enquanto o Departamento Administrativo e Financeiro deve:

- Dar apoio administrativo, legal e financeiro aos órgãos e serviços da TCP;
- Apoiar e coordenar a elaboração de documentos relacionados com a gestão da informação financeira e de suporte à decisão;
- Assegurar a gestão dos recursos financeiros e patrimoniais;
- Coordenar as atividades de apoio jurídico;
- Supervisionar e apoiar os procedimentos relativos aos recursos humanos;
- Coordenar os processos de aprovisionamento;

- Superintender a gestão dos recursos e meios informáticos e tecnológicos;
- Zelar pela conservação e manutenção de instalações e outros bens;
- Assegurar a certificação da qualidade;
- Assegurar a recolha, gestão e sistematização da informação relativa à atividade turística regional e sub-regional, contribuindo para um melhor conhecimento integrado do setor;
- Garantir o apoio aos empresários e investidores;
- Garantir a aplicação das boas práticas de sustentabilidade na Administração Pública;
- Coordenar e supervisionar as atividades de contabilidade e tesouraria (Turismo Centro de Portugal, 2019, p.16).

O Estágio sobre o qual incide o presente relatório decorreu na Delegação de Coimbra no período compreendido entre janeiro e julho de 2022, concretamente no Núcleo de Apoio ao Investimento Turístico.

O Núcleo de Apoio ao Investimento Turístico (NAIT) integra o Departamento Administrativo e Financeiro e compreende *“as funções relacionadas com o Observatório da Atividade Turística, com a inovação e investigação e com o apoio aos empresários/ empreendedorismo”* (Turismo Centro de Portugal, 2019, p.17).

O NAIT apresenta como competências, considerando a 1ª alteração de estatutos da Turismo Centro de Portugal:

- Assegurar o levantamento da oferta turística regional e sub-regional e a sua permanente atualização, no quadro do registo nacional de turismo;
- Monitorizar a atividade turística regional e sub-regional, contribuindo para um melhor conhecimento integrado do setor e da sua cadeia de valor;
- Organizar e difundir informação turística, incluindo portal de informação relativa à atividade das empresas, investidores atuais e potenciais e restantes *stakeholders*;
- Gerir e dinamizar o Observatório da Atividade Turística;
- Analisar e emitir pareceres consultivos no âmbito das atividades de licenciamento do setor;
- Promover a realização de estudos e projetos de acompanhamento e predição da evolução e tendências da procura turística e dos mercados;
- Apoiar, esclarecer e acompanhar, sempre que solicitado, projetos de desenvolvimento turístico;
- Propor parcerias com entidades do domínio da formação, capacitação, educação e investigação do turismo;

- Gerir os meios informáticos e tecnológicos;
- Garantir a implementação do Sistema de Gestão da Qualidade;
- Promover o empreendedorismo turístico na Região (Diário da República, 2020, p.19).

1.2. Atividades desenvolvidas durante o estágio

As tarefas efetuadas durante o estágio realizado no Núcleo de Apoio ao Investimento Turístico basearam-se sobretudo na monitorização da atividade turística regional e sub-regional, contribuindo para um melhor conhecimento integrado do setor e da sua cadeia de valor.

Na fase inicial do estágio comecei por consultar a legislação de forma a conhecer a Entidade Regional do Turismo Centro de Portugal, o relatório de atividades referente ao ano de 2020, as redes sociais do Núcleo de Apoio ao Investimento Turístico (*Facebook, Instagram* e o *blog*) e a página *web* do Observatório do Turismo Sustentável do Centro de Portugal. Da mesma forma, foram-nos apresentados os procedimentos de monitorização e avaliação do NAIT.

Após a fase de adaptação e de conhecer a entidade de acolhimento e a sua forma de atuação, comecei a desenvolver as atividades propostas pelo orientador Dr. Gonçalo Gomes e a investigar e elaborar o presente relatório de estágio. Ao longo do estágio foram desenvolvidas várias atividades que permitiram pôr em prática o conhecimento adquirido durante a licenciatura e o mestrado em Turismo Território e Patrimónios.

Uma das atividades realizadas foi a pesquisa de concursos e/ou programas de empreendedorismo e sustentabilidade que ocorrem em 2022. Esta pesquisa foi realizada nas páginas *webs* das incubadoras da Região Centro e nas respetivas redes sociais (*Facebook*).

Semanalmente, foram realizadas pesquisas de publicações nos sites e redes sociais das Comunidades Intermunicipais, Câmaras Municipais, Associações Empresariais Regionais, Universidades, Incubadoras e Grupos de Ação Local da Região Centro com o intuito de encontrar eventos, programas e/ou notícias sobre empreendedorismo ou sustentabilidade para partilhar/promover nas redes sociais da página de Apoio ao Investimento Turístico e/ou no *site* do Observatório do Turismo Sustentável do Centro de Portugal.

Todas as semanas é assegurada a verificação e atualização da oferta turística regional e sub-regional de empreendimentos turísticos, agentes de animação turística e agências de viagem e turismo. Pretendeu-se com esta tarefa apurar se a informação do Registo Nacional de Turismo está em consonância com a informação do NAIT. Para além desta tarefa, foi efetuada uma verificação dos seguros dos Agentes de Animação Turística da Região Centro, consultando se estes se encontravam ou não

atualizados. Foi, igualmente, conferido se a informação do NAIT corresponde à do Registo Nacional de Turismo, isto é, se os nomes, moradas e emails são homólogos.

Durante o estágio foi também efetuada uma análise da presença digital dos empreendimentos turísticos e dos agentes de animação turística da Região Centro, no ano de 2022, para cada Comunidade Intermunicipal: Beira Baixa, Beiras e Serra da Estrela, Região de Aveiro, Região de Leiria, Região de Coimbra, Viseu Dão Lafões, Oeste, Médio Tejo. Com esta tarefa pretendeu-se perceber se os empreendimentos e os agentes de animação turística fazem promoção dos seus espaços em *sites*, redes sociais como o *Facebook*, *Instagram* e através de vídeo. Da mesma maneira, tencionou-se compreender se os empreendimentos e agentes de animação que têm *site* possuem opção para mais de 2 idiomas e a forma como possibilitam realizar as reservas, se através de email, *booking* ou sistema de reservas. Após o levantamento de todos os *sites*, redes sociais, vídeos, reservas e idiomas dos empreendimentos e empresas de animação existentes nas Comunidades Intermunicipais e na Região Centro, foram elaborados gráficos e foi executada a respetiva análise da presença digital para o 2022 e, no caso dos empreendimentos a comparação com a análise da presença digital do ano de 2019.

Indo ao encontro da investigação do relatório de estágio foi executado um levantamento de eventos no Município de Proença-a-Nova, no ano de 2019, tal como uma pesquisa sobre indicadores que permitam medir o impacto que os eventos tem nos destinos em que se realizam.

Durante o estágio no âmbito da competência de monitorização da atividade turística na região Centro de Portugal e tendo em vista um conhecimento mais detalhado da realidade da região foi realizada uma verificação das agências e operadores que fazem *incoming* na região Centro. Assim, tentou perceber-se quais as agências e operadores que vendem pacotes e atividades na área de atuação da Entidade Regional do Turismo Centro de Portugal. Para a execução desta atividade, inicialmente, foram consultadas as respostas de *email* em que se encontravam os programas detalhados que as agências/operador vendem na região Centro de Portugal. Posteriormente, foram consultados os *sites* das agências e operadores de modo a verificar se realizam *incoming* para a região Centro e a análise dos respetivos pacotes.

De forma a adquirir mais conhecimentos acerca de marketing digital foi realizado o curso “Princípios do marketing digital” do Atelier Digital da Google. Este curso era composto por 26 módulos e incluiu uma diversidade de exercícios práticos e de exemplos reais sobre marketing digital.

Durante a fase de candidaturas à 7ª edição do Prémio José Manuel Alves - Concurso de Empreendedorismo Turístico foi realizada a organização das candidaturas, em *Excel*, para ser posteriormente enviada aos júris. O presente concurso tem como “*missão distinguir e apoiar projetos*

inovadores no setor do Turismo com implementação na região Centro de Portugal” (Turismo Centro de Portugal, 2022). De seguida, procedeu-se à avaliação de 47 projetos que apresentaram as suas candidaturas ao Prémio José Manuel Alves 7ª edição. Também foi efetuada a avaliação de 27 dissertações de mestrado e 1 de doutoramento do concurso de Teses Académicas que tem como objetivo “*valorizar e divulgar o conhecimento gerado nas Universidades e Politécnicos relacionado com a atividade turística*” (Turismo Centro de Portugal, 2022). De salientar que a avaliação dos concursos foi feita consoante os respetivos regulamentos.

O BPI e o Expresso encontram-se a promover a 4ª edição do Prémio Nacional de Turismo (PNT), e a Turismo Centro de Portugal foi convidada a participar no Comité de Avaliação, propondo até 5 nomeações para cada uma das 6 categorias a concurso: turismo autêntico, turismo gastronómico, turismo inclusivo, turismo inovador, turismo sustentável e prémio carreira. Desta forma, foi-nos proposta a sugestão de nomeações ao Prémio Nacional de Turismo 2022, para cada categoria.

Para ter uma melhor perceção dos dados das dormidas nas NUTS (Centro, Beira Baixa, Região de Coimbra, Região de Aveiro, Oeste, Região de Leiria, Viseu Dão- Lafões, Médio Tejo e Beiras e Serra da Estrela, e dos respetivos municípios) considerando os resultados obtidos pelo INE nos anos de 2020, 2021 e 2022 estes foram organizados em Excel.

Na fase final do estágio houve a participação na produção de conteúdos multimédia para o novo vídeo do Apoio ao Investimento Turístico do Turismo Centro de Portugal.

Para além das atividades acima mencionadas houve a participação, em formato digital, no *webinar* “Transformar Turismo”; na sessão de esclarecimento do programa “Transformar Turismo” com as Câmaras Municipais da Comunidade Intermunicipal da Região de Coimbra e na sessão de esclarecimento do programa “Revive Natureza”. Presencialmente, assistiu-se à sessão de esclarecimento do programa “Transformar Turismo” no Município de Pombal, ao *workshop* sobre a Turismo do Centro e o Observatório do Turismo Sustentável do Centro de Portugal, na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, e à sessão de apresentação da Entidade Turismo Centro de Portugal para alunos da Escola Tecnológica, Artística e Profissional de Pombal em Aveiro, que tiveram como orador o coordenador Gonçalo Gomes. No dia 17 de março de 2022, visitamos a Bolsa de Turismo de Lisboa (BTL), dia dedicado aos profissionais de turismo, em que percorremos todos os pavilhões e respetivos expositores. Nos dias 7 e 8 de junho, participamos no Fórum Vê Turismo, em Tomar, que se distingue por ser um Fórum Nacional dedicado ao Turismo Interno. O tema desta edição foi a “Era pós-COVID-19 e o Turismo: olhos postos no futuro”, onde especialistas nacionais e internacionais debateram as formas como a indústria do turismo irá reagir e enfrentar os desafios que o setor encara na atualidade. No último dia de estágio, 15 de julho,

houve a participação nas VII Jornadas Internacionais de Turismo em Águeda onde o orientador Gonçalo Gomes participou no painel sobre “Financiar Projetos e Negócios”.

2. Retrato Territorial de Proença-a-Nova

Proença-a-Nova “é uma terra muito antiga, possivelmente de origem romana” (Vilhena, 1995, p.7). Antigamente possuía a denominação de Cortiçada, todavia no século XVI passou a ter a atual designação: Proença-a-Nova. O nome de Cortiçada aludia ao facto de na região em que se situa existir grande abundância de produção de cortiça ou devido à presença de uma grande número de colmeias (também conhecidas como cortiços) (Serrano, 2016).

2.1. Localização Geográfica

O Município de Proença-a-Nova pertence ao distrito de Castelo Branco e integra a Região Centro (NUT II) e a Sub-Região da Beira Baixa (NUT III), à qual também pertencem os Municípios de Vila Velha de Ródão, Castelo Branco, Idanha-a-Nova, Penamacor e Oleiros (Município de Proença-a-Nova, 2019). O concelho possui uma área total de 395,4 km² e encontra-se subdividido em 4 freguesias: Freguesia de Montes da Senhora, União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira, União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral, e Freguesia de São Pedro do Esteval (figura 5). O Município é delimitado pelo concelho de Oleiros a Norte, pelo de Castelo Branco a Nordeste, a Este pelo Município de Vila Velha de Ródão, a Sudoeste pelo de Mação e a Noroeste pelo concelho da Sertã (Município de Proença-a-Nova, 2019).



Figura 5 Localização geográfica do Município de Proença-a-Nova

Fonte: Diagnóstico Social do Concelho de Proença-a-Nova (2019, p.5)

2.2. Caracterização Física e Climática

No que concerne à altitude apresenta alguma variabilidade aumentando de forma gradual de sul para norte. Os declives mais acentuados prevalecem na parte noroeste do Município, mais concretamente na zona de serra. A sul o relevo diferencia-se por ser mais suave, apesar de apresentar *“algumas linhas de água com margens bem definidas. Estas margens apresentam declives muito acentuados, como no caso do rio Ocreza e ribeira da Pracana”* (Município de Proença-a-Nova, 2019, p.4). A rede hidrográfica *“deriva do clima da região, (...) está inserida na bacia hidrográfica do rio Tejo e é composta por inúmeros cursos de água. Os principais são afluentes diretos ou indiretos dos rios Zêzere e Ocreza”* (Município de Proença-a-Nova, 2019, p.5). No Município os verões são quentes e secos e os invernos moderados. Os meses de junho, julho, agosto e setembro destacam-se por serem aqueles em que as temperaturas são mais elevadas enquanto nos meses de inverno os valores da precipitação são mais elevados inversamente aos da temperatura (Município de Proença-a-Nova, 2019).

2.3. Caracterização Demografia

O concelho em estudo, ao longo dos anos, tem vindo a denotar uma perda populacional significativa acompanhada por um envelhecimento populacional. Com a análise do gráfico 1, é possível compreender a perda populacional que se tem feito sentir no Município de Proença-a-Nova. Em 2021, o concelho em estudo possuía 7170 habitantes tendo em conta os dados provisórios dos Censos 2021 (Instituto Nacional de Estatística, 2021) menos 1167 habitantes que em 2011 e comparando ao ano de 1991 percebemos que houve uma perda populacional de 3941 indivíduos (DataCentro, 2022). Em 2021, considerando os dados provisórios dos Censos 2021, o concelho apresentou uma densidade populacional baixa (18,1 habitantes por km²) (Município de Proença-a-Nova, 2022).

O Município exibiu, no ano de 2020, uma taxa de crescimento natural negativa (-1,87%) o que comprova a diminuição populacional (Município de Proença-a-Nova, 2022) sendo a taxa de mortalidade (23,1%) superior à taxa de natalidade (4,4%) (Instituto Nacional de Estatística, 2021). É importante ressaltar que a taxa de natalidade é inferior à média da Beira Baixa e de Portugal (6,0% e 8,2%, respetivamente) e a taxa de mortalidade é superior à média da Sub-Região da Beira Baixa (19,0%) e à média nacional (12,0%) (Instituto Nacional de Estatística, 2021). Através da investigação realizada percebemos que o concelho denota um envelhecimento populacional, dado que o índice de envelhecimento, no ano de 2020, correspondia a 395,7 e o índice de dependência de idosos era de 51,8% (Instituto Nacional de Estatística, 2021).

2.4. Atividade económica e emprego

No ano de 2020 encontravam-se sedeadas no concelho 792 empresas das quais a sua grande maioria pertencente ao setor terciário, enquanto o setor primário e secundário possuem menos

importância para a economia do concelho. No gráfico 2 é-nos possível consultar a percentagem de empresas existentes por sector de atividade. Existe um predomínio de microempresas (96,7%), existindo uma percentagem pouco significativa de pequenas empresas (3%) e de médias empresas (0,3%), não existindo no território nenhuma grande empresa (Município de Proença-a-Nova, 2022).

No concelho existem 4 espaços nos quais as empresas se podem instalar: “a Zona Industrial de Proença-a-Nova, o Loteamento Industrial de Sobreira Formosa, o Parque Empresarial de Proença-a-Nova e a Área de Acolhimento Empresarial de Vale Porco” (Município de Proença-a-Nova, 2022).

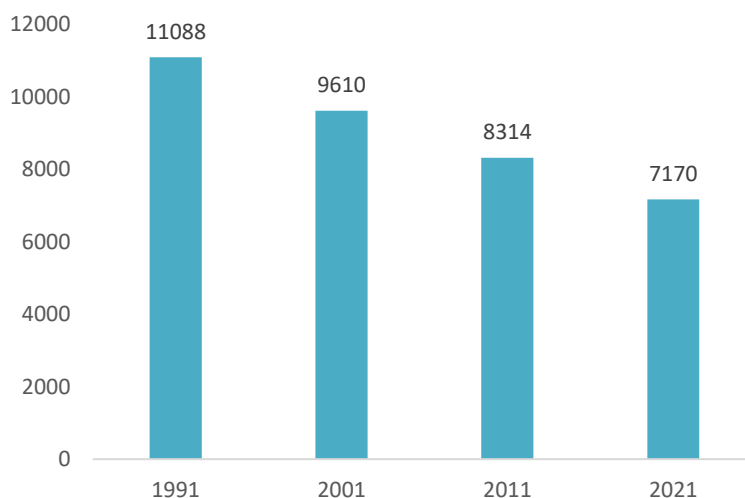


Gráfico 1 Evolução populacional do Município de Proença-a-Nova

Fonte: Elaboração própria com base na consulta de informação disponibilizada pelo INE e pelo DataCentro (2022)

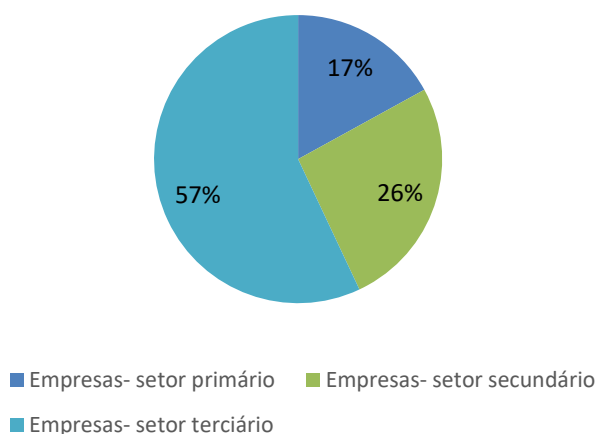


Gráfico 2 Percentagem de empresas no Município de Proença-a-Nova por setor de atividade, no ano de 2020

Fonte: Elaboração própria com base na informação retirada da página web do Município de Proença-a-Nova (2022)

3. Turismo no Município de Proença-a-Nova

3.1. Oferta turística

Para entendermos turisticamente o Município de Proença-a-Nova é necessário termos em consideração a oferta turística disponível. A oferta turística distingue-se por ser o *“conjunto de produtos e serviços turísticos colocados à disposição do utilizador turístico num determinado destino, para sua fruição e consumo”* (Sancho, 1994, p.52) apresentando-se como um dos constituintes do qual o sistema turístico mais depende. Posteriormente será realizado um levantamento e caracterização dos recursos turísticos, infraestruturas, equipamentos, acessibilidades e transportes que compõem a oferta do concelho de Proença-a-Nova.

3.1.1. Recursos Turísticos

Um destino é composto por diversos atributos que o tornam único e singular. Os recursos turísticos distinguem-se por serem naturais e/ou culturais, construídos e imateriais, representando a componente elementar da oferta turística dos territórios. De forma a conhecer a oferta turística existente foi realizado um levantamento minucioso dos recursos turísticos.

Uma das componentes mais importantes da oferta turística são os recursos naturais *“que são os elementos do meio natural que podem ser utilizados para satisfação de necessidades humanas”* (Cunha et al., 2017, p.165). Compreendemos que no Município se localizam vários cursos de água, contudo apenas a ribeira da Isna, a ribeira da Fróia e a ribeira do Alvito se apresentam como recursos turísticos, uma vez que correspondem a espelhos de águas que represados permitiram criar condições únicas no que diz respeito ao turismo fluvial. O rio Ocreza também sobressai por ser um local no qual se realizam eventos de canoagem. No que concerne ao clima aferimos que o concelho de Proença-a-Nova possui um clima temperado mediterrânico com verões quentes e secos e invernos moderados (Município de Proença-a-Nova, 2012).

Também a fauna e a flora se evidenciam como elementos turísticos fundamentais para a prática de turismo de natureza, fluvial, turismo de aventura e desportivo. Na figura 6, encontramos os elementos que compõem a fauna e a flora presente no Município de Proença-a-Nova. De ressaltar que estão classificadas como Árvores de Interesse Público pela Autoridade Florestal Nacional (Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, 2022) e como Árvores Monumentais do *Geopark* Naturtejo (*Geopark* Naturtejo, 2021) a Oliveira Centenária de Montes da Senhora, o Ulmeiro de Sobreira Forma, o Ulmeiro de Montes da Senhora, e os quatro Choupas Negros situados na praia fluvial de Aldeia Ruiva.

A Serra das Talhadas é um dos ex-libris do Município e para além das Portas do Almourão podemos contemplar a Buraca da Moura, o Escorregadouro da Moura e as Grutas da Penha. Esta serra

possui uma orientação NNW-SSE e “27km de comprimento e a largura varia entre os 875m e 2500m. Emerge a Norte no relevo de Venda (Proença-a-Nova) e termina em São Miguel (Nisa)” (Henriques, Chambino, Caninas, Pereira & Carvalho, 2011, p. 4). A Serra é atravessada perpendicularmente “por falhas, onde se encaixaram os rios Tejo e Ocreza, formando dois geomonumentos notáveis, as Portas de Ródão e as Portas do Almourão, respetivamente” (Henriques et al., 2011, p. 4). Os pontos mais elevados da Serra das Talhadas “ocorrem nos vértices geodésicos de Chão de Galego (614m) e do Penedo Gordo (570m)” (Henriques et al., 2011, p. 4).

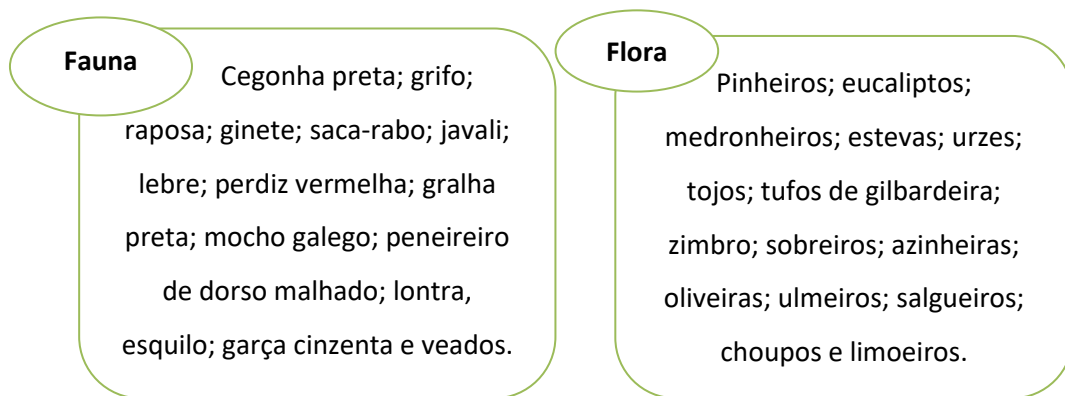


Figura 6 Fauna e Flora existente no Município de Proença-a-Nova

Fonte: Elaboração própria com base na informação retirada da página web do Município de Proença-a-Nova (2022)

Como os recursos naturais são insuficientes para garantir a permanência dos visitantes torna-se importante a existência de recursos construídos. Assim, de forma a admirar e contemplar o território e a sua riqueza natural encontram-se no Município o miradouro do Carregal (Serra das Talhadas), o miradouro da Catraia (Serra das Talhadas), o miradouro do Almourão, sobre as Portas do Almourão e a Torre de Vigia da Serra das Talhadas. A Torre de Vigia é da autoria de Álvaro Siza Vieira e diferencia-se por ter uma dupla função: “a de vigilância da floresta durante o período definido pelo Governo e a vertente turística tendo em conta que deste ponto é possível uma vista de 360º graus sobre o concelho de Proença-a-Nova e os municípios vizinhos” (Siza, 2019). Além dos miradouros construídos, todas as serras são miradouros naturais evidenciando-se o miradouro geomorfológico das Corgas, também conhecido por Picoto de Espadana, ponto mais alto do concelho; o miradouro do Cabeço dos Três Marcos; o Miradouro do Vergão e o miradouro da Penha do Falcão.

O concelho integra o *Geopark* Naturtejo da Meseta Meridional possuidor de valores naturais particulares e diferenciadores. Este *Geopark* é gerido e promovido pela Naturtejo diferenciando-se por ser o primeiro geoparque português reconhecido pela UNESCO. Usufrui da qualidade da localização e dos

acessos detendo um grande potencial turístico. O *Geopark Naturtejo* detém aproximadamente 5000 km² (*Geopark Naturtejo*, 2020) e é constituído pelos concelhos de Castelo Branco, Idanha-a-Nova, Nisa, Oleiros, Penamacor, Proença-a-Nova e Vila Velha de Ródão (figura 7), estendendo-se da “*Raia à Beira Interior, passando pelo Pinhal Interior até ao Alto Alentejo*” (*Geopark Naturtejo*, 2021). Oferece uma vasta e variada oferta de produtos turísticos “*tendo como mais-valia comum a natureza e as excelentes infraestruturas*” (*Geopark Naturtejo*, 2021). No Município de Proença-a-Nova sobressai o geomonumento das Portas do Almourão, situado na Serra das Talhadas e o Miradouro Geomorfológico das Corgas, situado na Serra das Corgas (*Geopark Naturtejo*, 2022).



Figura 7 Território do Geopark Naturtejo

Fonte: *Geopark Naturtejo* (2020, p.3)

As praias fluviais- Malhadal; Fróia e Aldeia Ruiva- e as zonas balneares- Alvito da Beira e Cerejeira - são, também, um dos atrativos que compõem a oferta turística de Proença-a-Nova. As suas águas destacam-se por serem límpidas e cristalinas apresentando uma grande procura nos meses de verão. Estas estão envolvidas numa paisagem natural autêntica detendo uma beleza única e singular.

A praia fluvial da Aldeia Ruiva encontra-se classificada com a bandeira de Praia Acessível dispondo de uma cadeira anfíbia, de modo a permitir que os indivíduos com mobilidade condicionada tenham um acesso seguro ao banho. Desde o presente ano a praia fluvial da Aldeia Ruiva detém uma “*piscina biológica na margem direita da Ribeira da Isna, uma forma de sensibilizar os utilizadores quanto à necessidade de*

preservar ecossistemas e a sua biodiversidade” (Município de Proença-a-Nova, 2022). Em todas as praias é realizado o controlo de qualidade da água, tendo sido reconhecidas pela Quercus, como praias com qualidade de ouro: a Fróia de 2013 a 2022, a praia fluvial do Malhadal em 2020, 2021 e 2022, e a Aldeia Ruiva no ano de 2020 e 2022, o que evidencia a qualidade das mesmas (Município de Proença-a-Nova, 2021 e 2022). Durante dois anos consecutivos (2021 e 2022) a praia fluvial do Malhadal foi distinguida, na categoria de praias, com o prémio Cinco Estrelas Regiões (Prémio Cinco Estrelas Regiões, 2022). Nas praias fluviais e zonas balneares existem equipamentos de apoio como casas de banho e zonas de bar, porém a Praia Fluvial da Aldeia Ruiva, Fróia e a Zona Balnear do Alvito da Beira possuem equipamentos de restauração. É importante evidenciar que durante o verão a praia fluvial do Malhadal dispõe de um conjunto de equipamentos de entretenimento, como é exemplo o Parque Aquático, *Fluvifun*. Desde o verão de 2022 possui de duas canoas duplas, uma canoa simples, uma canoa tripla e duas pranchas de *paddle* (Município de Proença-a-Nova, 2022).

Para além das praias fluviais existem outros locais de lazer: a Piscina de São Pedro do Esteval e a Piscina de Pedra do Altar. Estas piscinas estão abertas ao público apenas nos meses de verão (junho a setembro), estando sediadas em localidades nas quais não existem praias fluviais. Ambas as piscinas são muito procuradas durante o verão tanto pela população local como por visitantes.

Encontram-se homologados pela Federação de Campismo e Montanhismo de Portugal, no território em estudo, 7 percursos pedestres de pequena rota: PR1- A História na Paisagem; PR3- Rota das Conheiras; PR4- Pela Linha da Defesa; PR5- Rota dos Recantos e Encantos; PR6- Viagem aos Ossos da Terra; PR7- Rota dos Estevais; PR8- Caminho do Xisto de Figueira; e uma grande rota denominada de Grande Rota da Cortiçada (GR39) (Município de Proença-a-Nova, 2021). O PR5 não se encontra apto para indivíduos com dificuldades de locomoção, pois com *“as intempéries de há dois anos uma barreira foi derrubada”*, todavia, *“fizeram uma ponte e para aqueles mais audazes já está acessível”*. Foi, também, realizada uma candidatura pela Câmara Municipal para requalificar o percurso encontrando-se à *“espera de que o resultado saia positivo”* (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 15 de abril de 2022). O PR8 está temporariamente desaconselhado. Estes percursos pedestres realizam-se em locais possuidores de grande beleza paisagística (Município de Proença-a-Nova, 2021) permitindo um contacto de grande proximidade com a natureza e a contemplação dos pontos de interesse que são essenciais para conhecer a história do destino.

Através da análise dos folhetos dos respetivos percursos foi possível aferir que existe um total de 77,67 km em percursos pedestres de pequena rota, predominando a forma circular, com uma duração total de 26h30min. No que respeita ao grau de dificuldade dos percursos constatamos que a maioria possui um grau de exigência médio. É relevante ter em consideração que a maioria dos percursos

pedestres de pequena rota se encontram localizados na parte nordeste do concelho, nas freguesias de Montes da Senhora e na União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira (PR3; PR4; PR5, PR6 e PR8). Na tabela 1, encontra-se a informação detalhada referente a cada percurso pedestre de pequena rota.

Tabela 1 Análise pormenorizada dos Percursos Pedestres do Município de Proença-a-Nova

Percorso Pedestre	Início	Fim	Extensão (km)	Duração (horas)	Grau de Dificuldade	Forma	Pontos de Destaque
PR1-A História na Paisagem	Igreja das Moitas		9	3h30	Fácil	Circular	Cabeço da Anta; Anta do Vale do Alvito; Anta do Cão do Ribeiro; Centro de Paraquedismo; Centro de Ciência Viva da Floresta.
PR3- Rota das Conheiras	Sobral Fernando		10,67	3h30	Médio	Circular	S'la Velha; Azenha da Várzea das Pedras; Conheira.
PR4- Pela Linha da Defesa	Sobreira Formosa	Ponte do Alvito	14,5	4h30	Médio	Linear	Forte da Catraia Fundeira I (Forte das Baterias I); Forte do Couratão (retaguarda); Forte dos Fortes (cemitério dos Burros).

PR5- Rota dos Recantos e Encantos	Alvito da Beira	11,4	3h	Médio/Fácil	Circular	Alvito da Beira; Lameira da Mó; Cova do Alvito.
PR6- Viagem aos Ossos da Terra	Sobral Fernando	18	6h	Médio	Circular	Portas do Almourão; Posto de Vigia; Buraca da Moura; Escorregadouro da Moura; Grutas da Penha.
PR7- Rota dos Estevais	Biblioteca Municipal Polo de São Pedro do Esteval	7,8	3h	Fácil	Circular	Igreja Matriz; Moinho Novo; Azenha das Brazinhas; Lagar Velho; Fonte da Fadagosa; Ponte Romana.
PR8- Caminho do Xisto de Figueira	Aldeia de Xisto de Figueira	6,3	3h	Fácil	Circular	Muros das margens da Ribeira construídos com Xisto; Lagar e Ponte junto ao Lagar.

Fonte: Elaboração própria a partir da análise dos folhetos disponibilizados no site do Município de Proença-a-Nova (2022)

A Grande Rota da Cortiçada possui aproximadamente 130 quilómetros de extensão, percorridos na integra no Município de Proença-a-Nova, um grau de dificuldade médio/fácil e forma circular. Encontra-se dividida em sete etapas que permitem conhecer o concelho, *“as suas gentes e tradições, o seu património histórico e cultural e, acima de tudo, a sua biodiversidade”* (Município de Proença-a-Nova, 2021). Iniciando-se junto ao Posto de Turismo de Proença-a-Nova é aconselhado realizar-se no sentido

Oeste, em direção à aldeia das Cimadas. O objetivo primordial desta grande rota é o de promover a permanência de turistas no concelho até sete dias através da realização de uma etapa por dia. A Rota foi desenvolvida “tendo em conta a particularidade de passar em localidades do concelho onde existem alojamentos locais licenciados, permitindo o descanso entre etapas” (Município de Proença-a-Nova, 2017, p.7). Através da tabela 2, podemos identificar algumas características das etapas da Grande Rota da Cortiçada.

Tabela 2 Análise pormenorizada da Grande Rota da Cortiçada do Município de Proença-a-Nova

Etapa	Início	Fim	Extensão (km)	Pontos de destaque
1	Proença-a-Nova	Cimadas	15,3	Escadinhas do Duque; Escultura de Pedro da Fonseca; Igreja Matriz; Capela da Misericórdia; Monumento de Homenagem aos ex-Combatentes da 1ª Guerra Mundial e da Guerra do Ultramar; Cruzeiro e Pedra das Letras.
2	Cimadas	Aldeia Ruiva	20,4	Picoto do Vergão; Ribeira da Isna; Azenhas e Represas; Praia Fluvial da Aldeia Ruiva; Choupos Centenários.
3	Aldeia Ruiva	Corgas	20,8	Ribeira da Isna; Fauna e Flora; Praia Fluvial do Malhadal; capela de Nossa Senhora do Carmo; Foz da Brota; Azenha do Barbeiro.
4	Corgas	Oliveiras	15,3	Monumento de homenagem aos corguenses que combateram na I Guerra Mundial; Souto Centenário; Geossítio das Corgas; aldeia das Oliveiras; Praia Fluvial da Fróia.
5	Oliveiras	Sobral Fernando	18,8	Serra das Talhadas; Posto de Vigia; Portas do Vale Almourão; Grifos.
6	Sobral Fernando	Figueira	20,5	Rio Ocreza; Sobreira Formosa; pomares de oliveiras, cerejeiras e videiras; Ulmeiro Centenário; Aldeia de Xisto da Figueira.
7	Figueira	Proença-a-Nova	18	Anta do Cão do Ribeiro, Anta do Vale do Alvito e Cabeço da Anta; Centro Ciência Viva da Floresta.

Fonte: Elaboração própria a partir da informação disponibilizada no site do Município de Proença-a-Nova (2021)

Nas praias fluviais da Aldeia Ruiva, Fróia e Malhadal é possível realizar os Trilhos de Praia correspondentes a cada praia fluvial, marcados com sinalética própria estabelecida pelo Município, nos quais é possível conhecer o território e caminhar no meio da natureza (Município de Proença-a-Nova, 2021). Ao longo da Ribeira da Isna, entre a Aldeia Ruiva e o Malhadal encontra-se marcado o Trilho da Ribeira da Isna e na Serra das Talhadas encontram-se em fase de marcação o Trilho das Águas e o Trilho Pela Crista da Serra (Município de Proença-a-Nova, 2022). Consultando a tabela 3, é possível identificar os trilhos presentes no território tal como a sua análise detalhada.

Tabela 3 Análise pormenorizada dos Trilhos do Município de Proença-a-Nova

Trilho	Início	Fim	Extensão (km)	Duração	Grau de dificuldade	Pontos de destaque
TP1-Trilho da Praia Fluvial da Aldeia Ruiva	Praia Fluvial de Aldeia Ruiva		2,3	40 minutos	Fácil	Praia Fluvial da Aldeia Ruiva; Aldeia Ruiva; Cabeço do Moinho; Ribeira da Isna.
TP2-Trilho da Praia Fluvial da Fróia	Praia Fluvial de Fróia		4,6	1 hora	Fácil	Praia Fluvial da Fróia; Tulhas de Xisto; Aldeia de Pedreira; Azenhas de Pedreira; Ponte de Pedreira; Ribeira da Fróia e Azenha da Praia Fluvial da Fróia.
TP3-Trilho da Praia Fluvial do Malhadal	Paredão da Barragem do Malhadal	Açude da Cabrieira	1,9	30 minutos	Fácil	Praia Fluvial do Malhadal; Ponte Filipina; Ribeira da Isna; Aldeia de Cabrieira e Açude da Cabrieira.

TP6-Trilho da Ribeira da Isna	Praia Fluvial da Aldeia Ruiva ou Praia Fluvial do Malhadal	5,1	2 horas e 30 minutos/3 horas	Médio/Fácil	Ribeira da Isna; Levadas nas margens; Paisagem; Flora e fauna; Casas de xisto e um moinho na aldeia de Folga.
--------------------------------------	--	-----	------------------------------	-------------	---

Fonte: Elaboração própria a partir da informação disponibilizada no site do Município de Proença-a-Nova (2022)

No Município em estudo localiza-se a Aldeia de Xisto da Figueira a qual integra a Rede das Aldeias do Xisto. Esta Rede realça-se por ser um *“projeto de desenvolvimento sustentável, de âmbito regional, liderado pela ADXTUR- Agência para o Desenvolvimento Turístico das Aldeias do Xisto, em parceria com 21 Municípios da Região Centro e com mais de 100 operadores privados que atuam no território”* (Aldeias do Xisto, 2021).

A Aldeia de Xisto da Figueira encontra-se envolvida por terrenos agrícolas povoados de olivais e no seu núcleo central dispõe do forno comunitário e de várias ruelas nas quais é possível observar os pormenores da arquitetura tradicional (Aldeias do Xisto, 2021). O forno comunitário tem sido alvo de revitalização por parte do Município em articulação com a Rede das Aldeias do Xisto mantendo-se *“o sistema original de marcações em que as famílias selecionavam o dia em que queriam cozer o pão”* (Município de Proença-Nova, 2021).

Na aldeia das Moitas fica o Centro Ciência Viva da Floresta que integra a rede de 21 Centros Ciência Viva *“distribuídos por todo o país e surgindo como um dos eixos de atuação da Agência Nacional para a Cultura Científica e Tecnológica (Ciência Viva), criada em 1996 para promover a cultura científica e tecnológica na sociedade portuguesa”* (Centro de Ciência Viva da Floresta Proença-a-Nova, 2021). O elemento central deste espaço resulta da compreensão da floresta *“como fonte de conhecimento, sublinhando a necessidade da atualização contínua do conhecimento científico para uma gestão eficaz do meio ambiente, bem como a sua valorização como um elemento central da cultura científica contemporânea”* (Centro de Ciência Viva da Floresta Proença-a-Nova, 2021). Este Centro proporciona aos visitantes realizar experiências interativas, tais como conhecer a floresta, que se caracteriza por ser um elemento de enorme destaque na Região Centro.

A oferta de atividades *outdoor* prevalece e é possível aos amantes de desporto e aventura a prática de atividades que permitem um maior contacto com a natureza. Em Proença-a-Nova é possível

realizar desportos de aventura como BTT, BTT ENDURO, escalada, paraquedismo, paramotor, TT, e desde 2021, encontra-se situada, na Serra das Talhadas, a mais extensa Via Ferrata do país com um total de 2190 metros (Município de Proença-a-Nova, 2022).

O concelho de Proença-a-Nova, possui uma extensão total de percursos de BTT de aproximadamente 137,7 km, existindo quatro percursos de BTT marcados: Percurso Verde, Percurso Azul, Percurso Vermelho e o Percurso Preto que se encontra em fase de marcação, mas ainda não está disponível para os praticantes da modalidade. Na tabela 4, é possível consultar mais informações acerca dos percursos de BTT mencionados. Na Serra das Talhadas estão disponíveis seis pistas para a prática de BTT ENDURO. Estas pistas são *“de uso livre e gratuito, com quatro graus de dificuldade (fácil, acessível, difícil e muito difícil), num total de 14 quilómetros”* (Município de Proença-a-Nova, 2022). Encontra-se, também, disponível o Centro de BTT da Fróia que se caracteriza por ser uma *“infraestrutura desportiva permanente que acolhe os ciclistas, tendo estacionamento, balneários, estação de serviço para bicicletas (lavagem, ar e mini-oficina) em regime de self-service”* (Município de Proença-a-Nova, 2021).

Tabela 4 Análise pormenorizada dos Percursos de Btt do Município de Proença-a-Nova

Percurso	Distância (km)	Duração	Nível de dificuldade	Desnível acumulado
“Percurso Verde”	6,8	45 minutos a 2 horas	Fácil	164
“Percurso Azul”	19,3	2 horas a 3 horas	Acessível	517
“Percurso Vermelho”	32,3	4 horas a 6 horas	Difícil	847
“Percurso Preto”	79,3	5 horas a 8 horas	Muito difícil	2324

Fonte: Elaboração própria a partir da informação disponibilizada no site do Município de Proença-a-Nova (2022)

Existem 5 setores e 48 vias para a realização de escalada: Portas de Almourão, Buraca da Moura, Lagoa Verde, Terra dos Grifos e Placa Amarela. Porém, os dois últimos setores, inseridos no Geopark Naturtejo, estão interditos entre os meses de dezembro e julho, dado que é época de nidificação.

A Via Ferrata das Talhadas é a maior de Portugal e faz parte de um projeto de valorização da Serra das Talhadas que pertence ao Geopark Naturtejo. Tem início na Torre de Vigia da Serra e possui 11 sectores diferenciados, *“uma ponte himalaia, de 15 metros, e uma ponte suspensa, de 40 metros de*

comprimento” (Município de Proença-a-Nova, 2021). O Município salienta que *“apesar de acessível e de utilização livre, deve ser realizada ou acompanhada por alguém experiente neste tipo de atividades, garantindo todas as condições de segurança”* (Município de Proença-a-Nova, 2021). A tabela 5 exhibe a informação técnica da Via Ferreta.

Tabela 5 Informação técnica da Via Ferrata das Talhadas do Município de Proença-a-Nova

Informação técnica	
Tempo de acesso	20 minutos
Altura da Via	590 metros» 614 metros
Dificuldade	K3
Comprimento	2.190 m
Tempo estimado	2 horas e 30 minutos
Caraterísticas gerais	de travessia e circular
Equipamento de Segurança Individual	Capacete, cinta de absorção e arnês

Fonte: Elaboração própria a partir da informação disponibilizada no site do Município de Proença-a-Nova e no folheto do Roteiro Turístico de Proença-a-Nova (2022)

As atividades de paraquedismo ocorrem no Sky Fun Center *“que funciona no hangar do Aeródromo Municipal de Proença-a-Nova”* (Município de Proença-a-Nova, 2021), no qual é possível experimentar o salto em queda livre assistido. Encontram-se, também, disponíveis, entre outras modalidades, *“o curso de abertura automática e o curso de queda livre assistida”* (Município de Proença-a-Nova, 2021). Os cursos, voos e provas de paramotor são promovidos pela Fly Proença, no aeródromo municipal, sendo igualmente disponibilizados pela empresa cursos *“para quem pretende ganhar autonomia e voar a solo”* (Município de Proença-a-Nova, 2021) e organizadas *“provas do calendário oficial da Federação Portuguesa de Aeronáutica”* (Município de Proença-a-Nova, 2021).

As atividades de TT são realizadas com regularidade, promovendo-se eventos e provas dinamizadas por associações e empresas do Município. Esta atividade, permite conhecer o território e aceder a recantos naturais aos quais o alcatrão não chega (Município de Proença-a-Nova, 2021).

Para a prática de pesca desportiva, na ribeira da Isna, existe a Concessão de pesca desportiva do Malhadal que detém uma *“extensão de 2,9 quilómetros e uma área aproximada de 3,7 hectares”*

(Município de Proença-a-Nova, 2022). Também no Parque Empresarial de Proença-a-Nova (PEPA) há uma Pista de Pesca da Albufeira do PEPA *“com 2,7 hectares, estando definido em edital as regras a cumprir pelos interessados, nomeadamente a obrigação de devolução de algumas espécies à água como o escalo do sul e o bordalo”* (Município de Proença-a-Nova,2022). Segundo a informação apurada o período de pesca desportiva decorre entre 16 de maio e 15 de março, todavia existem *“peixes para os quais não está estipulado período de defeso”* (Município de Proença-a-Nova,2022). Para além destes locais existem outras linhas de água que possuem condições para a prática de pesca desportiva no concelho, como o rio Ocreza, a ribeira e a barragem da Pracana, a ribeira do Alvito, a foz da ribeira da Fróia e a ribeira da Isna (Município de Proença-a-Nova, 2022).

Apesar da grande importância dos recursos naturais que proporcionam a realização de atividades integradas na natureza existem muitos recursos turísticos culturais que permitem conhecer o património religioso, histórico, arquitetónico e arqueológico, tal como, os costumes e tradições das comunidades locais.

Ainda que haja uma diversidade de património religioso do qual sobressaem as igrejas e capelas distribuídas pelas aldeias do concelho, apenas a Capela da Misericórdia de Proença-a-Nova e a Capela da Misericórdia de Sobreira Formosa possuem importância turística, uma vez que *“as duas igrejas de maior valor que seria a de Sobreira e de Proença foram alteradas. Na de Sobreira ficou apenas a fachada principal, o resto foi tudo alterado. As capelas da Misericórdia tem mais interesse, tanto a da Sobreira como a de Proença”* (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 15 de abril de 2022).

No que diz respeito às pontes antigas é de realçar a Ponte Filipina de Malhadal e a Ponte de Ladeira dos Envendos, também conhecida como Ponte Romana da Pracana, classificada como IIP - Imóvel de Interesse Público. Esta ponte localiza-se entre o município de Proença-a-Nova e o de Mação e integra a categoria de Arquitetura Civil/Ponte (Direção-Geral do Património Cultural, 2021).

Os moinhos de água e de vento caracterizam-se por serem estruturas tradicionais *“localizados junto às ribeiras que atravessam o concelho. Normalmente eram propriedade de privados, mas com utilização alargada a quem possuísse um quinhão – uma parcela de tempo – que depois era passada em herança aos descendentes”* (Município de Proença-a-Nova, 2021). Neste território destacam-se o Moinho de Vento do Pergulho e o Moinho de Água de Galisteus, todavia na tabela 6 encontramos outros moinhos de água e de vento localizados no concelho em estudo.

Os fornos comunitários, fontanários (única forma de abastecimento de água) e fontes de mergulho existentes eram partilhados pela comunidade e representam a *“vida comunitária que se fazia*

sentir nas aldeias, que se pautava pela entreaajuda em algumas tarefas, como nas malhas ou na desfolhada” (Município de Proença-a-Nova, 2021). Hoje em dia, todo este património possibilita às populações conhecer os bens locais dos seus antepassados e contactar de perto com as atividades que faziam parte do seu quotidiano. Na aldeia de Xisto da Figueira e na aldeia das Oliveiras resiste o forno comunitário que permite confeccionar o pão e contactar com as tradições e o património local.

Tabela 6 Moinhos de água e de vento do Município de Proença-a-Nova

Localidade	Monumento
Galisteu	Moinho de Água
Foz do Pereiro	Moinho de Água
Maljoga	Moinho de Água
Pedra do Altar	Moinho de Água dos Carvalhos
Pergulho	Moinho de Vento
São Pedro do Esteval	Moinho de Água
Vale d’Urso	Moinho de Água

Fonte: Município de Proença-a-Nova (2022)

Os Lagares de Azeite (tabela 7) evidenciam-se como um símbolo tradicional das gentes de Proença-a-Nova encontrando-se muitos deles ainda em laboração. A dureza do inverno marca a apanha da azeitona no Município de Proença-a-Nova. Os lagares funcionam durante o inverno, uma vez que a apanha da azeitona é tradicionalmente realizada em novembro e dezembro. Durante a colheita *“é preciso tombar a azeitona sobre os panos estendidos que nesta altura do ano caracterizam a paisagem, escolher a rama, limpar e ensacar o fruto que no lagar se irá converter em fio dourado”* (Município de Proença-a-Nova, 2022). De modo a dar a conhecer a tradição da apanha da azeitona foi desenvolvida a Rota de Lagares em Laboração que permite sentir o cheiro intenso e o barulho das máquinas em laboração comum a todos os lagares (Município de Proença-a-Nova, 2022) e permite descobrir *“os segredos de uma atividade milenar e aproveitar para conhecer este segredo sazonal da gastronomia regional”* (Município de Proença-a-Nova, 2022). Esta Rota é temporária, dado que só está em funcionamento na altura em que os lagares se encontram em laboração, nos meses de novembro e dezembro. Durante a realização da Rota de Lagares em Laboração conhecem-se de perto as tarefas dos lagareiros e assiste-se a uma das produções mais tradicionais da região, e *“alguns destes espaços têm condições para a organização de degustações gastronómicas, como a tiborna”* (Município de Proença-a-Nova, 2022).

Tabela 7 Lagares de Azeite em laboração no Município de Proença-a-Nova

Lagares de Azeite	
Agrocorgas - Cooperativa Agrícola e Florestal, CRL;	José Farinha e Outros;
Amaro da Conceição Ribeiro e Outros;	José Fernandes e Outros;
CAOP - Coop. Agr. dos Olivicultores de Peral, CRL;	José Ribeiro Fernandes, Bernardino Ribeiro e Outros;
Coop. Agr. dos Olivicultores do Vale Serrão, CRL;	Lagar da Capela - Luís Cardoso e Outros;
Coop. Agr. de Alvito da Beira, CRL;	Lagares da Catraia - Produção e Comércio de Azeite, S.A;
Coop. dos Olivicultores de Sobreira Formosa, CRL;	Luís Martins e Outros;
Coop. dos Produtores Florestais Olivícolas Foz da Amieira, CRL;	Manuel Martins Pereira e Outros;
Cooperativa Agrícola de Montes da Senhora, CRL;	Olivicoop - Coop. Agr. de Olivicultores, CRL;
Coopgaios - Coop. Agr. Florestal, Oliv. e Viticultura de S. Gaios, CRL;	Penafalcoop - Coop. Agr. de Penafalcão, CRL;
Coopmoitas - Coop. Agr. de Olivicultores das Moitas, CRL;	Salcoop - Coop. Agr. da Senhora da Ajuda, CRL.
Cunqueiragro - Produção de Azeites, CRL;	Coop. Agro Palhotense, CRL;
Estevalcoop - Coop. Agr. dos Olivicultores de São Pedro do Esteval, CRL.	Galcoop - Coop. Olivícola do Chão do Galego, CRL;
João Mendes Manso e Outros;	

Fonte: Elaboração própria a partir da informação disponibilizada no site do Município de Proença-a-Nova (2022)

O Município de Proença-a-Nova dispõe de património arqueológico e arquitetónico de grande relevo, como são exemplo as Antas, os Fortes e Baterias, as Conheiras e a Pedra das Letras.

As Antas “representam as mais antigas arquiteturas conservadas neste território e, atendendo à sua dispersão e quantidade, podem considerar-se os vestígios mais expressivos da ocupação deste durante a Pré-História Recente” (Henriques, Caninas, Monteiro Félix, Pereira, Mendes & Carvalho, 2016, p.454). Estas no “português vernáculo são conhecidas como mamoas, motas e moitas (no caso de Proença-a-Nova)” (Carvalho, Henriques, Moura, Gaspar, Caninas, Lobo, Monteiro & Félix, 2021, p.47). No território de estudo, em 2012, iniciaram-se “escavações arqueológicas em três sepulturas megalíticas (Cão do Ribeiro, Vale de Alvito e Cabeço da Anta), relativamente próximas entre si (...)” (Henriques et. al., 2016, p.454). Estes três monumentos possuem dimensões “muito diferenciadas (entre 16 m e 38 m de diâmetro), diferentes proeminências no terreno (o Cabeço da Anta, talvez o maior monumento da região, e o mais destacado) e diferentes estados de conservação (o maior e o mais bem conservado)” (Henriques et. al., 2016, p.456).

As estruturas dos Fortes e Baterias “situam-se nas proximidades das principais passagens naturais da serra das Talhadas” (Henriques, Caninas, Sabrosa, Henriques, Gouveia, 2008, p.5), constituindo a linha defensiva da serra das Talhadas, e são vestígios das Invasões Peninsulares Francesas. No concelho de Proença-a-Nova sobressai o Forte da Catraia Fundeira I (Forte das Baterias I); Forte dos Fortes (cemitério dos Burros); Forte do Couratão (retaguarda). O Forte da Catraia Fundeira, que foi edificado em 1762 e reestruturado em 1801, “integrava a vanguarda do núcleo defensivo, implementado no topo de um monte, bem destacado na paisagem, sobre a Ribeira do Alvito” (Carvalho et.al., 2021, p.47). O objetivo da sua construção era o de “ser utilizado sempre que o perigo de invasão ameaçasse o país, com solidez suficiente para desempenhar a função pretendida e assim permanecer relativamente bem preservada durante mais de 240 anos” (Município de Proença-a-Nova, 2021). O Forte dos Fortes, foi erguido no mesmo ano que o anterior, e possivelmente reutilizado em 1801, situando-se “na retaguarda do núcleo defensivo. Na linha de retirada defendendo a travessia na Ribeira da Fróia, supostamente sobre a via de Castelo Branco – Sobreira Formosa” (Monteiro, 2013, p.162). O Forte do Couratão, que data de 1801, encontra-se “na linha de vanguarda do núcleo defensivo” (Monteiro, 2013, p.149) e acredita-se que a sua função principal seria “controlar a via que passa quase encostada ao talude Norte (...) e apoiar a retirada de homens e equipamento que se encontrassem nas baterias localizadas na encosta SE” (Monteiro, 2013, p.150).

No território em estudo há “vestígios de exploração aurífera antiga dos depósitos de terraço do rio Ocreza, com destaque para os escombros grosseiros (conheiras), linha de pesquisa que foi potenciada pela expressão regional desta realidade (Henriques et al., 2011b) e pela sobrevivência do garimpo até à atualidade” (Henriques et. al., 2016, p.453). As Conheiras “resultam do desmonte de conglomerados que constituem os terraços fluviais, através da lavagem da matriz fina” (Carvalho & Rodrigues, 2012, p.217). No concelho de estudo é possível contemplar: o lugar da S’la Velha; a Conheira do Olival da Barca; a

Conheira S'la Velha 2; a Conheira do Sobral Fernando; a Conheira da Foz da Ribeira da Frísia; a Conheira da Foz da Ribeira da Fróia e a Conheira da Foz Sardinha.

Em 2012, foi criado o Campo Arqueológico de Proença-a-Nova e desde 2013 adquiriu um cariz internacional em parceria da Câmara Municipal com a AEAT (Associação de Estudos do Alto Tejo) e com a colaboração de uma grande diversidade de parceiros, nomeadamente universidades, centros de investigação, empresas, o Geopark Naturtejo, o Instituto Português do Desporto e Juventude e o Exército Português (Henriques, Caninas, Monteiro, Félix, Pereira, Mendes & Carvalho, 2016).

O objetivo primordial desta iniciativa é *“estudar, preservar e divulgar os sítios arqueológicos do concelho de Proença-a-Nova dando a conhecer um património que ainda é desconhecido de muitos”* (Archaeological Field Camps, 2021) caracterizando-se por ser *“um modelo misto de campo de trabalho, investigação e aprendizagem para alunos, preferencialmente dos ramos da arqueologia, da história e das arqueociências”* (Archaeological Field Camps, 2021). Pretende-se valorizar os sítios arqueológicos do território *“para usufruto público, educativo, lúdico e turístico, na perspetiva de um desenvolvimento sustentável com a economia local”* (Henriques, et. al., 2016, p. 464).

A Pedra das Letras localiza-se na Várzea Grande, no concelho de Proença-a-Nova. Esta distingue-se por ser uma rocha que possui gravações que *“podem ser lidas em sequência segundo direções paralelas bem definidas. Esta circunstância poderá ter determinado a sua interpretação, por populações analfabetas, como sequências de letras, e daí talvez a designação popular, recorrente, de pedra das letras ou pedra leteira”* (Henriques & Caninas, 2009, p.13). A Pedra das Letras é um dos pontos de interesse da Grande Rota da Cortiçada, encontrando-se na proximidade do percurso que, noutros tempos, ligava Proença-a-Nova à aldeia de Cimadas e que atualmente é utilizado pelos praticantes da GR33.

Para a prática de atividades culturais existem vários espaços museológicos: Museu Etnográfico Isilda Martins, Espaço Ribeiro Farinha, Espaço Museológico Manuel Ribeiro e a Casa do Resineiro.

Na União de freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira, mais precisamente no Polo da Biblioteca de Sobreira Formosa está instalado, desde 2012, o Museu Etnográfico Isilda Martins. Isilda Martins deu início à *“recolha de objetos de uso quotidiano, vestuário, alfaias agrícolas e outros utensílios entretanto organizados de forma a recordarem aos visitantes memórias da vida no concelho, particularmente na primeira metade do século XX”* (Município de Proença-a-Nova, 2021). Neste espaço encontramos sete núcleos, dos quais três refletem atividades relacionadas com a atividade agrícola e florestal, e nos restantes são lembrados os *“espaços centrais da casa e ofícios tradicionais – como o sapateiro, o ferreiro ou a modista”* (Município de Proença-a-Nova, 2021). Encontra-se, também, no museu *“um módulo expositivo que contempla o vestuário e algumas peças que se destacam pela antiguidade”*

(Município de Proença-a-Nova, 2021). Quem visita o museu pode contemplar objetos utilizados antigamente ligados às diferentes temáticas acima enumeradas. Ainda neste espaço, é divulgada a história das Guerras Peninsulares e das Invasões Francesas permitindo aos visitantes o conhecimento da história local (Município de Proença-a-Nova, 2019).

Também em Sobreira Formosa, mais concretamente no Centro de Artes e Ofícios, é possível visitar o Espaço Ribeiro Farinha no qual se encontram expostas cerca de 75 peças, entre pintura, painéis de cerâmica e escultura, que documentam as várias fases artísticas do autor (Município de Proença-a-Nova, 2019). De salientar que a *“pintura de Ribeiro Farinha retrata a vida e a natureza (...) São trabalhos cheios de poesia que deve ser lida com o seu tempo, pois por vezes o tratamento das paisagens, dos corpos e de todas as figurações e cores funde-se como se estivéssemos a olhar por um caleidoscópio”* (Município de Proença-a-Nova, 2021). José Ribeiro Farinha tem preferência pela utilização *“de papel ou sarapilheira para dar espessura às telas”* (Município de Proença-a-Nova, 2021).

Na Fundação Joaquim Lourenço, sediada na freguesia dos Montes da Senhora, funciona o Espaço Museológico Manuel Ribeiro, desde 2016, *“resultante de uma parceria entre o Município de Proença-a-Nova e a Fundação Joaquim Lourenço – uma Instituição Particular de Solidariedade Social”* (Município de Proença-a-Nova, 2021). Neste espaço são exibidas obras de arte, telas e esculturas, onde Manuel Ribeiro retrata os seus afetos, experiências de vida, tarefas da vida rural e costumes da região, *“dando origem ao Espaço Museológico com o seu nome”* (Município de Proença-a-Nova, 2021).

Em 2022 foi inaugurado um novo espaço museológico no concelho a Casa do Resineiro, na aldeia das Corgas, *“que pretende recordar ou dar a conhecer imagens, ferramentas e obras de arte alusivas não só à atividade da resina, mas também da própria vida no campo”* (Município de Proença-a-Nova, 2022), e é *“também uma forma de se manterem vivas as tradições das localidades em que, à semelhança das Corgas, se resinavam os pinhais, com grande impacto na própria evolução da comunidade”* (Município de Proença-a-Nova, 2022). Com a Casa do Resineiro pretende-se, desta forma, recuperar e perpetuar a memória em relação à atividade da resina que já desapareceu de forma completa no Município, *“resultando da recuperação de um edifício em pedra de xisto”* (Município de Proença-a-Nova, 2022). De reforçar que o Município é parceiro no projeto que visa *“criar a Rede Europeia de Territórios Resineiros com reintrodução da resinagem nos pinhais adultos”* Município de Proença-a-Nova, 2022).

Ao longo dos últimos anos foram desenvolvidas várias obras que, atualmente, integram o Roteiro das Artes e compõem a oferta turística do Município de Proença-a-Nova tais como: a pintura “Concelho de Proença-a-Nova” e “31 de Juillet”; a escultura “Cortiçada”; o “Monumento à Cidadania”; o Monumento aos Ex-Combatentes do Ultramar e da 1ª Guerra Mundial; o projeto “Entre o Céu e a Terra”; a obra “Guardiã da Água”; “Farol dos Ventos”; “Menina dos Medos”; “Magma Cellar”, os murais Maljog’Art, os

murais “Uma Janela para o Território” e o mural de Montes da Senhora. Na tabela 8 encontram-se todas as obras que integram o Roteiro da Artes e é possível conhecer algumas curiosidades acerca das mesmas.

Tabela 8 Obras que integram o Roteiro das Artes e respetivas curiosidades

Nome da obra e Autor	Curiosidades
Pintura “Concelho de Proença-a-Nova” de Carlos Farinha	Encontra-se exposta na entrada do Paços do Concelho e apresenta <i>“um mapeamento do Concelho de Proença-a-Nova no ano de 2009”</i> (Município de Proença-a-Nova, 2021) realçando os locais mais emblemáticos do concelho e as suas gentes, tradições e ofícios (Município de Proença-a-Nova, 2019).
Pintura “31 de Juillet”	Este quadro também se encontra exposto no Paços do Concelho e representa <i>“a viagem de carro que o artista fazia todos os anos de França para Portugal enquanto parte integrante de uma família de emigrantes”</i> (Município de Proença-a-Nova, 2021, p.15).
Escultura “Cortiçada” de Carlos Farinha	A escultura remete para a lenda relativa à Cortiça. Desta forma, o artista tentou alterar a carga negativa associada à história projetando-a para uma dimensão de entreatajuda e de apoio entre toda a comunidade para construir algo.
“Monumento à Cidadania” de Ana Mena	Distingue-se por ser uma escultura em metal constituída por seis objetos. Resultou de um trabalho conjunto com os habitantes de Proença-a-Nova e remete para a cidadania <i>“refletindo sobre os processos individuais e coletivos e sobre a vivência dos problemas sentidos por cada um e pela sociedade”</i> (Direção Regional de Cultura do Centro, 2017).
Monumento aos Ex-Combatentes do Ultramar e da 1ª Guerra Mundial de Catarina Alves	Distingue-se por ser um monumento de Homenagem aos ex-Combatentes da 1ª Guerra Mundial e da Guerra do Ultramar, situado no Parque Nossa Senhora das Neves, pretende homenagear os ex-combatentes que partiram para África, e as suas famílias que ficaram em Portugal (Município de Proença-a-Nova, 2015).
Escadinhas do Duque “Entre o Céu e a Terra” de Yola Vale	Este projeto realça-se por ser uma obra integral em cerâmica que pretendeu reabilitar as “Escadinhas do Duque” que se encontravam ao abandono.

<p>“A Guardiã da Água” de Yola Vale</p>	<p>Esta obra, segundo a artista, centrou o foco no elemento água e de uma forma conceptual, pretendeu convocar o sentido e reflexão da importância deste elemento. Da mesma forma, pretendeu refletir sobre a problemática da sustentabilidade e do meio ambiente (Município de Proença-a-Nova, 2019). Esta obra sobressai por ser <i>“uma das Sete Estrelas da Arte Contemporânea e do Património Histórico Edificado da Comunidade Intermunicipal da Beira Baixa”</i> (Município de Proença-a-Nova, 2021).</p>
<p>“Farol dos Ventos” de Marta Aguiar, Sofia Marques de Aguiar e Mariana Costa</p>	<p>A presente obra foi desenvolvida <i>“através de uma sequência de cabos que variam progressivamente entre o vermelho, o laranja e o amarelo aproximando-se de uma superfície parabólica”</i> (Direção Regional de Cultura do Centro, 2020), criando <i>“uma ilusão de movimento, de algo que vai acontecer, como uma ave que começa a levantar voo”</i> (Direção Regional de Cultura do Centro, 2020).</p>
<p>“A Menina dos Medos” de Marta Aguiar, Sofia Marques de Aguiar e Mariana Costa</p>	<p>Carateriza-se por ser uma obra que <i>“tem como ponto de partida a percepção da paisagem das margens do Ocreza marcada pela sobreposição dos tempos sem uma ordem ou lógica de fácil entendimento”</i> (Aguiar, Marques e Costa, 2021, p.2). Associado a esta obra e de forma a <i>“estender os cuidados na aldeia para a paisagem envolvente, surgiu a ideia de requalificar um trilho antigo”</i> (Aguiar, et. al., 2021, p.3), que foi designado de Trilho da Menina dos Medos.</p>
<p>“Magma Cellar” de Marta Aguiar, Sofia Marques de Aguiar e Mariana Costa</p>	<p>A obra possui dois metros de altura e é revestida com peças de xisto piro-expandido e encontra-se apoiada na estrutura de uma das pontes da aldeia de Cunqueiros (Experimenta a Paisagem, 2021). Esta obra reflete <i>“uma leitura não só da vivência da aldeia, mas, sobretudo, de aspirações e sonhos de quem a habita ou, de alguma forma, vai habitando”</i> (Reconquista, 2021).</p>
<p>Maljog’Art de João Gama</p>	<p>Os Murais na aldeia de Maljoga representam a resinagem, pastorícia, recolha de cortiça, jogo da macaca e o futebol. A ideia dos murais é de <i>“perpetuar algumas das vivências do passado e do presente da aldeia”</i>, e é uma forma de celebrar <i>“os 20 anos do movimento associativo da Maljoga de Proença-a-Nova”</i> (Município de Proença-a-Nova, 2017).</p>
<p>Murais: “Uma Janela para o Território” de Silvia</p>	<p>No Mural, em Proença-a-Nova, encontram-se alguns dos elementos mais emblemáticos do concelho, como são exemplo a esteva, o olival, as montanhas, os eucaliptos, sobreiros e pinheiros (Município de Proença-a-Nova, 2017).</p>

<p>Mathys e Cavalheiro Cardoso</p>	<p>Também neste mural é representada <i>“a energia eólica que também já caracteriza a paisagem do concelho”</i> (Município de Proença-a-Nova, 2017).</p> <p>O Mural de Sobreira Formosa destaca os elementos naturais e patrimoniais representativos do concelho, e é feita uma alusão aos ofícios tradicionais da vila. Assim sendo, <i>“a composição da pintura resulta da observação cuidadosa desta zona do concelho, onde salta à vista “as formosas tecedeiras”, cuja história da comunidade deu o mote para os dois artistas pintarem este painel”</i> (Município de Proença-a-Nova, 2018)</p> <p>O Mural pintado, em São Pedro do Esteval, reflete a vida quotidiana dos moradores da freguesia. Nele é possível contemplar a referência à produção de mel, através da abelha em destaque; o pastoreio; a ribeira da Pracana; as estevas; os sobreiros e o olival. Encontra-se, também, representada a ponte romana e as casas de xisto, que compõem a paisagem rural da freguesia (Município de Proença-a-Nova, 2019).</p> <p>No Mural, na aldeia das Cimadas, é retratada <i>“a eira, local utilizado para malhar o pão, ideia formada pelos Cimadenses, principalmente daqueles que costumavam participar no processo de transformação”</i> (Município de Proença-a-Nova, 2021), sendo o objetivo principal desta pintura dar a conhecer as tradições e costumes locais.</p>
<p>Mural de Carlos Farinha</p>	<p>O Mural do Centro Paroquial dos Montes da Senhora simboliza <i>“uma mãe com um filho ao colo, que representa a Nossa Senhora do Pópulo a olhar para uma paisagem, e essa paisagem é a nossa região”</i> (Município de Proença-a-Nova, 2022). A outra personagem presente no mural <i>“é o povo a olhar para Nossa Senhora do Pópulo”</i> (Município de Proença-a-Nova, 2022). Segundo o artista uma das características da pintura são <i>“os desenhos na parte de baixo, feitos por crianças que foram passando (...) porque são elas as pessoas que fazem as terras e constroem as memórias locais”</i> (Município de Proença-a-Nova, 2022).</p>

Fonte: Elaboração própria a partir da informação disponibilizada no site do Município de Proença-a-Nova (2022)

No território de Proença-a-Nova foi desenvolvido o projeto Experimenta Paisagem que *“promove a transformação da paisagem ardida por incêndios cíclicos para uma paisagem de usufruição através da partilha, comunicação e representação dos seus valores culturais e naturais”* (Marques de Aguiar,

Arquitectura e Urbanismo, 2022). Por conseguinte, para valorizar simultaneamente o património material e imaterial foram criados dois roteiros: o Roteiro de Arte Cortiçada e o Roteiro Nas Linhas de Água. O propósito final deste projeto e *“o método de ação é a concretização de um roteiro de 5 obras de arte na paisagem num processo de envolvimento das populações e das instituições”* (Marques de Aguiar, Arquitectura e Urbanismo, 2022).

O Roteiro de Arte Cortiçada é um projeto, financiado pela DGArtes, que *“nasce da vontade dos municípios de Proença-a-Nova, Oleiros e Sertã em contribuir para uma inversão da desertificação do território através de uma aposta consistente na cultura”* (Marques de Aguiar, Arquitectura e Urbanismo, 2022), tendo *“como objetivo desenvolver uma identidade e um sentido de pertença da comunidade alargada dos territórios dos três municípios”* (Marques de Aguiar, Arquitectura e Urbanismo, 2022). Em Proença-a-Nova, mais concretamente na aldeia de Chão do Galego encontra-se o Farol dos Ventos que é um dos elementos que compõem o Roteiro de Arte Cortiçada e é uma das obras que integra o Roteiro das Artes, como já apurámos. No Município da Sertã encontra-se o Véu e em Oleiros a obra Moongate.

O Roteiro Nas Linhas de Água desenvolvido entre o ano 2020 e 2021 é integrado por duas obras no Município em estudo. A Menina dos Medos *“em Sobral Fernando, junto às Portas de Almourão”* e a Magma Cellar *“sobre a ponte de Cunqueiros pontuando a passagem da ribeira pelo antigo núcleo de casas em xisto”* (Aguiar, Aguiar & Costa, 2021, p.1). Na aldeia de Sobra Fernando *“associada à vontade da associação de estender os cuidados na aldeia para a paisagem envolvente, surgiu a ideia de requalificar um trilho antigo”* (Aguiar, Aguiar & Costa, 2021, p.3) a que designaram Trilho da Menina dos Medos. Este trilho possui uma distância de 5 km, uma duração de 3 horas e um alto grau de dificuldade.

O Município de Proença-a-Nova integra a Rota de Turismo Militar desenvolvida pela Associação de Turismo Militar em parceria com Municípios portugueses que possuam património militar. Esta Rota é composta *“por um conjunto de rotas relacionadas com a história nacional, que promove recursos, equipamentos e serviços turísticos e culturais, de forma direta ou complementar, integrados no Turismo Militar em Portugal, contribuindo para a promoção do território e salvaguarda do património histórico-militar”* (Associação de Turismo Militar Português, 2021). A integração de Proença-a-Nova na Rota de Turismo Militar, mais precisamente na Rota da Guerra Peninsular, deve-se à existência da linha defensiva da Serra das Talhadas, que compreende o Forte da Catraia Fundeira I; o Forte do Couratão e o Forte dos Fortes constituindo um dos principais pontos de interesse de turismo militar. O Município de Proença-a-Nova *“viu reconhecido o trabalho que tem realizado na área do turismo militar, nomeadamente a investigação que se encontra a ser desenvolvida no âmbito do Campo Arqueológico de Proença-a-Nova”* (Município de Proença-a-Nova, 2022), conquistando o galardão de *“Destino de Turismo Militar 2021/2022”* atribuído às *“entidades que integram o Roteiro de Turismo Militar e que têm trabalhado em articulação com a ATMPT na consolidação e estruturação da oferta do turismo militar em Portugal”*

(Município de Proença-a-Nova, 2022). Para além desta atribuição o Município é *“Associado Honorário desta instituição, participando no trabalho em rede de promoção deste tipo de turismo”* (Município de Proença-a-Nova, 2022).

Proença-a-Nova em conjunto com os Municípios de Figueiró dos Vinhos e Ansião partilham o projeto cultural ESPORO, que visa *“promover a simbiose entre a arte e o território natural através de intervenções artísticas”* (Município de Proença-a-Nova, 2022) e *“aponta para a criação de novos olhares sobre o território dos municípios (...) e para o desenvolvimento de percursos em espaço natural ou patrimonial”* (Município de Proença-a-Nova, 2022), ambicionando incitar *“um novo interesse e um olhar curioso em relação ao património natural”* (Município de Proença-a-Nova, 2022). Os responsáveis pelo projeto expõem que este é *“inspirado no perpétuo movimento das gentes e da sua ação na geografia, que incorpora características implícitas de um território que resiste, de uma paisagem que influencia as gentes e gentes que influenciam a paisagem, numa simbiose de gerações, o ESPORO propõe-se a desenvolver a ligação dos públicos a lugares de admirável beleza natural que serão revelados através de novas perspetivas artísticas”* (Município de Proença-a-Nova, 2022). No concelho de Proença-a-Nova o Cabeço dos Três Marcos, a Ribeira do Vale D'Água, o Padrão e o Miradouro das Corgas *“são os lugares admiráveis aos quais se pretende conferir uma nova identidade e que serão transformados em lugares afetivos e detidos por novos olhares e visitantes numa nova rota de visitaçãõ”* (Município de Proença-a-Nova, 2022). No Cabeço dos Três Marcos encontra-se a obra *“Graça III”*; na antiga ponte do Barrão, na Ribeira do Vale de Água está a peça *“Coroa”*; na aldeia do Padrão situa-se a obra *“O Regolfo”* e no Miradouro das Corgas encontra-se a peça denominada de *“A Lenda”*.

Em termos de recursos imateriais, percebemos que a gastronomia do território se baseia muito na ciprinicultura e na apicultura, dado que no passado estas atividades predominaram no concelho. O maranho e a tigelada sobressaem, e identificam-se como símbolos do Município, uma vez que são pratos típicos que foram transmitidos de geração em geração. A confeção do maranho é feita à base de carne de caprino. O maranho, no presente ano, conquistou na categoria Cozinha Tradicional Portuguesa, o Prémio Cinco Estrelas Regiões, galardão que foi repartido com o concelho da Sertã (Prémio Cinco Estrelas Regiões, 2022). O mel é um produto distintivo do território e um dos elementos essenciais para a confeção da tigelada de Proença-a-Nova tal como o leite de cabra.

Para além destes produtos gastronómicos, a afogada da boda; o plangaio; a salada de almeirão; o bolo finto; os esquecidos e as broas de mel são produtos tradicionais elementares do território. O queijo de cabra é, igualmente, um produto distintivo, continuando a ser produzido de forma artesanal, pela população local. A cereja e os citrinos merecem ser evidenciados na fruticultura, bem como o medronho

do qual é produzida a aguardente “nalgumas povoações ainda destilada nos tradicionais alambiques” (Município de Proença-a-Nova, 2021).

As tradições são outro elemento diferenciador do concelho apresentando-se como uma forma de valorizar a cultura local contribuindo para a preservação dos saberes e vivências “de outros tempos”. Estas tradições são expressas na cestaria, artesanato, tropologia, trabalho em cortiça, madeira e xisto, rendas, bordados e tecelagem (Município de Proença-a-Nova, 2021).

Para que a população possa adquirir os produtos endógenos de Proença-a-Nova foi criada a marca Proença- A - Nova Origem que se distingue por ser “*um selo de qualidade que reconhece: produtos e serviços, que combinam o melhor da tradição com o que os novos tempos vão trazendo de inovador*” (Proença-a-Nova Origem, 2021). Os produtos classificados com o selo assumem a garantia de que se está “*perante um produto ou serviço que respeita as matérias-primas e métodos de produção deste Concelho*” (Proença-a-Nova Origem, 2021). Os produtos da marca Proença-a-Nova Origem podem ser adquiridos no site da marca, no Centro de Ciência Viva da Floresta, no Posto de Turismo de Proença-a-Nova e ainda no Mercado de Benfica.

Muitas tradições foram preservadas ao longo dos anos, sendo mantidas na atualidade, em algumas aldeias do concelho, pois Proença-a-Nova revela-se como um território no qual a religiosidade popular prevalece. A Encomendação das Almas é uma das tradições que ainda se mantém na aldeia das Corgas, Atalaias, Galisteu, Cunqueiros e Chão do Galego. O Madeiro de Natal é também uma tradição que ocorre nas diversas aldeias do concelho, destacando-se pela presença de “*enormes fogueiras acesas no centro das aldeias ou no adro das igrejas*” (Município de Proença-a-Nova, 2022). De igual modo, a tradição de cantar as Janeiras ainda se preserva. Ao consultarmos a tabela 9, encontramos a história das tradições que ainda ocorrem nos nossos dias.

Tabela 9 Tradições existentes no Município de Proença-a-Nova e respetiva história

Tradição	História
<p>Encomendação das Almas</p>	<p>Trata-se de um rito da cultura popular muito antigo, cuja origem se presume remontar ao século X. Associada ao culto dos mortos esta celebração é feita no período da Quaresma, tradicionalmente a altas horas da noite e em pontos altos das aldeias. É suposto os cânticos tristes serem ouvidos, sem que quem canta seja visto. O objetivo é contribuir, pelo meio de preces, para aliviar as penas às almas que estão no Purgatório conseguindo que alcancem o descanso. A utilização de roupa negra significava o luto pelos mortos e o “preceito” do tempo quaresmal.</p>

<p>Madeiro de Natal</p>	<p>Continua a ser ponto de convívio das populações na noite de Natal à volta das quais se comem petiscos e se bebe um bom vinho. A recolha dos madeiros era tradicionalmente feita pelos rapazes solteiros que no início de dezembro começavam a escolher os cepos que ficavam debaixo de olho.</p> <p>Há 40 ou 50 anos o transporte era feito com recurso a carros puxados por animais, juntas de bois ou mulas e a tradição não ficava completa se não se levassem “emprestados” os carros mais adequados para a transferência dos cobiçados madeiros. Na calada da noite era retirado o carro e levado para o local escolhido atravessando caminhos florestais que não tinham as condições dos de hoje, o que dificultava a tarefa.</p> <p>O resultado com a algazarra e a admiração causada pelos maiores cepos compensava o esforço. A qualidade da fogueira era atestada pelo número de dias que se mantivesse a arder. Depois do Natal apagava-se e tornava a acender-se na véspera de Ano Novo, voltando a repetir-se este ritual na noite dos Reis.</p>
<p>Janeiras</p>	<p>Enquanto no passado eram oferecidos cereais e carne da matança feita habitualmente em Dezembro, hoje os janeireiros recebem sobretudo ofertas em dinheiro. Mudam-se hábitos e ofertas, mas a tradição de cantar as janeiras mantém-se em muitas localidades, promovida por associações ou por comissões paroquiais.</p> <p>Alguns cânticos foram adaptados e utilizados indistintamente em outros pontos do país, noutros mantiveram-se melodias e letras tradicionais.</p>

Fonte: Elaboração própria a partir da informação disponibilizada no site do Município de Proença-a-Nova (2022)

Há uma diversidade de património oral no concelho subsistindo várias lendas e histórias populares, que são conhecidas por todo o território, porém *“nem sempre com implantação ou versões coincidentes de localidade para localidade”*. (Município de Proença-a-Nova, 2022). A lenda da Cortiçada, a lenda da Buraca da Moura, a lenda da Sobreira Formosa, a lenda do Arco da Moita e a lenda da Cruz do Santo Lenho apresentam-se como elementos que compõem o património oral do município de Proença-a-Nova, e através da consulta da tabela 10, é nos possível conhecer as lendas e histórias do território em estudo.

Tabela 10 Lendas do Município de Proença-a-Nova e respetiva e história

Lenda	História
Lenda da Cortiçada	<p>Nos tempos em que existia em Proença-a-Nova grande quantidade de cortiça um grupo de habitantes decidiu fazer uma torre que os levasse até à lua. Começaram a reunir e a empilhar cortiços sobre cortiços subindo cada vez em direção à meta. Quando já muito tinham trabalhado e estavam quase a atingir o objetivo, faltando colocar apenas um último pedaço, aperceberam-se que tinham esgotado toda a cortiça disponível e mesmo depois de percorrerem o concelho não conseguiram encontrar mais.</p> <p>Depois de muito pensar um deles pensou ter encontrado a solução e deu a ideia de tirarem o cortiço do fundo e colocando-o em cima a terminar a torre. Assim fizeram e claro que a torre de imediato se desmoronou.</p> <p>Uma segunda parte da lenda retrata uma certa rivalidade que sempre existiu entre Proença e Sobreira Formosa, que chegou a ser sede de concelho. Ao ver a queda da torre, um dos que estava no cimo da pilha gritou de imediato:</p> <p>- Eh rapazes, aí vai a cortiçada a caminho da Sobreira!</p> <p>Ficaram então os habitantes de Proença-a-Nova conhecidos como Cortiçolas e os da Sobreira como Cascorros (designação dada à pior parte da cortiça). Durante muito tempo Proença-a-Nova foi conhecida como Cortiçada.</p>
Lenda da Buraca da Moura	<p>Diz a lenda que os mouros, quando foram expulsos da região, se esconderam nos buracos escavados nos penhascos que ladeiam a aldeia de Chão do Galego. Assim teriam sobrevivido por muito tempo, e a última habitante da gruta uma moura que todas as manhãs se penteava à entrada. Era lá que os pastores a viam e conversavam com ela.</p> <p>- Olhem lá, qual é o mais bonito, o meu ouro ou o meu cabelo? - costumava perguntar-lhes.</p> <p>Se eles respondiam que era o ouro, ficava zangada e não lhes dava nada. Mas se lhe elogiavam o cabelo recebiam uma caixinha com carvões e, no dia seguinte, em vez de carvão encontravam bocadinhos de ouro. Por baixo da “Buraca da</p>

	<p>Moura” haveria, segundo a lenda, um corredor subterrâneo através do qual ela iria buscar água ao pego do Almourão.</p>
<p>Lenda de Sobreira Formosa</p>	<p>A tradição atribui o nome a um episódio perdido no tempo, num dia em que três raparigas bonitas estariam a fiar e conversar à sombra de um sobreiro, quando por ali passou um visitante. Apontando uma delas, o desconhecido terá repetidas vezes admirado a sua beleza, dizendo o quanto era formosa. O caso tornou-se conhecido e fez eco das palavras sobreira e formosa, originando o nome com que a terra foi batizada.</p> <p>Outra versão conta que o nome da freguesia provém de uma sobreira que sobressaía entre todas as outras que existiam em grande número na região. Mais frondosa e formosa que as restantes, a árvore, no local do atual adro da igreja, servia de abrigo aos visitantes que sob os seus ramos descansavam e se protegiam da chuva e do sol. À sua volta foram sendo construídas as casas que, com o passar dos tempos, originaram a povoação.</p>
<p>Lenda do Arco da Moita</p>	<p>Conta-se que um rapaz do Espinho ia à escola a Proença e descia a pé o Vale Fagundes, naquele tempo muito temido por causa dos “medos”. Como a distância até à escola era muita, o garoto passava no local de madrugada e, ao final do dia, já noite cerrada. A maior parte dos dias chorava com medo e queria desistir de ir à escola.</p> <p>Uma noite apareceu-lhe uma senhora vestida de branco que o aconselhou a ter coragem e a ser persistente no estudo, porque um dia haveria de ser padre. Depois deste episódio, o rapaz não voltou a ter medo nem desistiu de ir à escola, prometendo que se um dia fosse mesmo padre construiria no local um arco de pedra para recordar aquela aparição.</p> <p>Assim teria nascido o Arco da Moita que depois de ter sofrido alterações de localização, foi recentemente removido devido às obras de construção do IC8, voltando ao que seria o seu local de origem.</p>
<p>Lenda da Cruz do Santo Lenho</p>	<p>Durante a primeira Invasão Francesa um batalhão comandado pelo cruel Loison permaneceu 37 dias em Proença-a-Nova. Os soldados franceses teriam conseguido apanhar a pesada cruz de prata que contém a relíquia do Santo Lenho oferecida à vila pelo filósofo quinhentista Pedro da Fonseca.</p>

	Milagrosamente, a prata ter-se-á transformado em lata e os soldados deixaram-na para trás, por julgarem que não tinha valor.
--	--

Fonte: Elaboração própria a partir da informação disponibilizada no site do Município de Proença-a-Nova (2022)

Os eventos compõem a oferta turística de Proença-a-Nova e apresentam-se como elementos turísticos preparados pelo homem tornando-se um meio de atração de turistas e de promoção do destino. São também componentes importantes da oferta turística dos territórios e no concelho de Proença-Nova sobressai a Festa do Município que é um evento anual cujo tema vai alterando de ano para ano. Para além da Festa do Município realizam-se, anualmente, pelas várias freguesias do concelho os Festivais Gastronómicos com os quais se pretende dar a conhecer os produtos gastronómicos de destaque das respetivas freguesias. Na Freguesia de Montes da Senhora, no mês de maio, é promovido o Festival da Cereja e do Limão; na Freguesia de São Pedro do Esteval realiza-se, no mês de julho, o Festival do Peixe do Rio; na União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira acontece o Festival do Maranho e do Plangaio, no mês de setembro e por fim, na União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral realizam-se, em abril dois festivais que vão alternando de ano para ano: o Festival da Adega Típica e o Festival das Sopas e Conduitos. Também de forma anual são realizados o Encontro de Escalada, a Cãominhada, o Encontro de Janeiros, o evento de Encomendação das Almas, o Passeio Todo-o-Terreno (TT), o Grande Prémio da Cortiçada, o Mercado dos Sabores de Natal, a PT281+Ultramarathon (apesar de no ano de 2022 não ter sido realizada) e a Descida do Rio Ocreza. Mensalmente acontecem o Festival de Teatro, os Passeios Pedestres, e o Espetáculo do 4º sábado.

Com a investigação realizada percebe-se que não existem eventos de grande dimensão no Município e a gastronomia, desporto e aventura são as tipologias que caracterizam os eventos do território. Para além dos eventos anuais, todos os anos ocorrem outros eventos que complementam a oferta do território que são organizados por várias instituições para além do Município. Na Agenda Cultural Mensal é possível encontrar todos os eventos que ocorrem no Município mensalmente e no início de todos os anos é divulgado o Programa de Eventos que *“é um documento em construção e considerando a atual situação pandémica pode ser alterado e adaptado em função das medidas a serem adotadas a cada momento pelas autoridades de saúde”* (Município de Proença-a-Nova, 2022).

3.1.2 Infraestruturas

As infraestruturas são elementos básicos sem os quais a atividade turística não pode funcionar, apesar de não serem exclusivos à prática turística.

Através da investigação realizada percebeu-se que o abastecimento de água potável público é maioritariamente realizado pela empresa Águas do Vale do Tejo, S.A., todavia, devido à localização de

determinadas aldeias (Carregais, Dáspera, Herdade, Esfrega, Fórneas, Vale da Ursa, Castanheira e Cor da Cabra), alguns sistemas são abastecidos através de captação autónoma, sendo, desta forma, geridos pelo Município (Município de Proença-a-Nova, 2021). De salientar, que a água distribuída cumpre todas as normas de qualidade instituídas por lei (Município de Proença-a-Nova, 2021).

Relativamente à rede elétrica, apercebemo-nos que o Município integra a área de Rede da Beira Interior e *“é servido por uma rede de transporte de energia elétrica de 60kV, constituída por uma linha com origem na subestação de Pracana, que alimenta a subestação de Vale Serrão”* (Município de Proença-a-Nova, 2010, p.5). Da subestação de Vale Serrão é realizada *“a distribuição de energia elétrica aos postos de transformação do Concelho, em média tensão a 30kV e, a partir destes em baixa tensão a 400V/230V”* (Município de Proença-a-Nova, 2010, p.5). A rede de distribuição de energia elétrica no Município, *“nomeadamente a subestação, postos de transformação e linhas aéreas de 60kV e de 30kV sendo visível que o mesmo se encontra de uma forma geral coberto pela rede de distribuição de energia elétrica”* (Município de Proença-a-Nova, 2010, p.5). Atualmente o concelho possui, também, interligações através de linhas de 30kV as subestações de Vila Velha de Ródão e Talagueira (Castelo Branco). No que concerne as energias alternativas, mais concretamente à energia eólica, percebeu-se que o concelho integra o Parque Eólico do Pinhal Interior.

Segundo a informação apurada a cobertura de internet no concelho de Proença-a-Nova é heterogénea existindo locais em que há fibra e outras onde a cobertura é apenas possível via ADSE. Ao nível da cobertura da rede móvel existem, ainda, zonas com pouca cobertura apesar de ao longo dos últimos anos ter vindo a ser melhorada. A rede móvel é também muito influenciada pelo tipo de operadora, uma vez que numa zona a cobertura de uma operadora pode ser 4G, mas noutra operadora a cobertura pode ser menor.

A recolha de resíduos sólidos urbanos abrange todo o concelho de Proença-a-Nova e é realizada por funcionários da Câmara Municipal (Município de Proença-a-Nova, 2022). A autarquia dispõe *“de três viaturas de recolha, que percorrem trajetos definidos em função das necessidades. Assim, há percursos que são efetuados diariamente e outros que são efetuados mais espaçadamente, dependendo da população que habita em cada aldeia”* (Município de Proença-a-Nova, 2022). Após a recolha são depositados em contentores e prensados, na Estação de Transferência, e posteriormente são levados para o Aterro Sanitário da Valnor em Castelo Branco, onde são devidamente triados e depositados em aterro (Município de Proença-a-Nova, 2022).

A entidade encarregue pela rede de saneamento, é também a autarquia. Nem todo o concelho é abrangido por esta rede, apenas as localidades de Proença-a-Nova, Vale Porco, Sobreira Formosa, Atalaias e Pucariço, Figueira, Montes da Senhora, Chão do Galego, Alvito da Beira, Moitas, Pedra do Altar, Vale Videiros e Estevês.

3.1.3. Equipamentos

Os equipamentos construídos para satisfazer as necessidades da procura turística constituem os equipamentos dos destinos. Tendo em consideração o Registo Nacional de Turismo (2022) constatou-se que se encontram sediados 48 alojamentos locais (41 moradias, 6 apartamentos e 1 estabelecimento de hospedagem), e 8 empreendimentos turísticos (6 empreendimentos turísticos em espaço rural, 1 estabelecimento hoteleiro e 1 parque de campismo e/ou caravanismo). Os alojamentos locais têm uma capacidade total para 256 utentes (Anexo 1), enquanto os empreendimentos turísticos possuem uma capacidade para 270 utilizadores (Anexo 2) (Registo Nacional de Turismo, 2022).

Analisando o gráfico 3, é possível verificar que a maioria dos alojamentos e empreendimentos turísticos se situam na União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral, seguindo-se a União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira. Ainda assim, é importante ressaltar que não existe qualquer estabelecimento na Freguesia de São Pedro do Esteval, localizada na parte sul do concelho.

Relativamente aos estabelecimentos de restauração apurou-se que existem 22 restaurantes localizados no Município de Proença-a-Nova (Anexo 3). Consultado o gráfico 4 percebemos que a maioria dos estabelecimentos de restauração se localiza na União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral. Observou-se, também, que a Freguesia de São Pedro do Esteval volta a não apresentar nenhum estabelecimento, neste caso no que se refere à restauração.

Na área de estudo, tendo em conta o Registo Nacional de Turismo, existem cinco empresas de animação turística registadas. As empresas de animação turística em funcionamento no concelho de Proença-a-Nova são relativamente recentes, e a data de registo da mais antiga, GOXTREME - Atividades turísticas e desportivas, Lda, remete para o ano de 2012. Esta empresa executa atividades relacionadas com natureza, ar livre e aventura tais como: *teambuilding*, asa delta com e sem motor, parapente e similares, balonismo, experiências de paraquedismo, e outras atividades relacionadas com o turismo de ar livre (Registo Nacional de Turismo, 2022). Em 2018, foi registada a Laranjeira Teixeira, unipessoal Lda, que realiza atividades de âmbito cultural e *touring* cultural e paisagístico: rotas temáticas e percursos de descoberta do património, como é exemplo a *“Rota do Megalitismo, do Romano, do Românico, do Fresco, Gastronómicas, de Vinhos, de Queijos, de Sabores, de Arqueologia Industrial”* (Registo Nacional de Turismo, 2022). No ano seguinte, foi registada a Paulo Costa Garcia, unipessoal Lda. Segundo a direção da empresa, apesar de se encontrarem registados como empresa de animação turística, *“não é esse o objeto do negócio”* encontrando-se a *“desenvolver projetos num conceito que é o de Maraturismo”* desenvolvendo *“ultramaratonas em contextos naturais e históricos de elevado valor”*. As empresas mais recentes são a José Carlos Inácio dos Santos e a Nuno José Lopes Marques, registadas em 2021 e 2022 respetivamente. A primeira é uma empresa de animação turística que tem como foco principal a prática de turismo de aventura e turismo micológico. Segundo o gerente, na vertente de turismo de aventura,

realizam atividades como: escalada, rappel, vias ferratas, percursos pedestres e canyoning e no âmbito do turismo micológico fazem passeios micológicos com identificação de algumas espécies comestíveis e não comestíveis, realçando a importância do reino *Fungi*, terminando os passeios com degustação dos produtos colhidos no terreno. A última empresa registada tem como objetivo organizar caminhadas/percursos pedestres pelo concelho pretendendo que se desenrolem pela natureza e pelas aldeias.

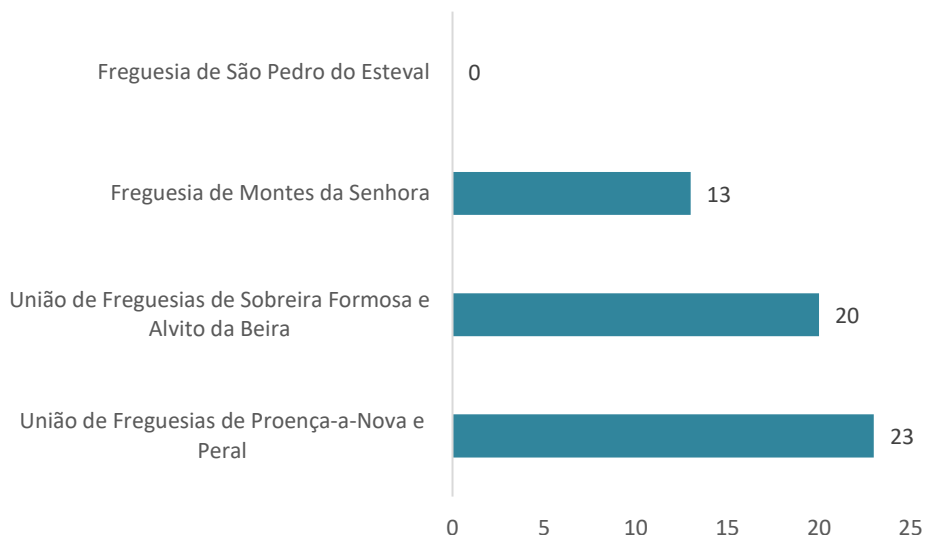


Gráfico 3 Alojamentos locais e empreendimentos turísticos no Município de Proença-a-Nova, por freguesia, em 2022

Fonte: Elaboração própria a partir da informação disponibilizada no Registo Nacional de Turismo (2022)

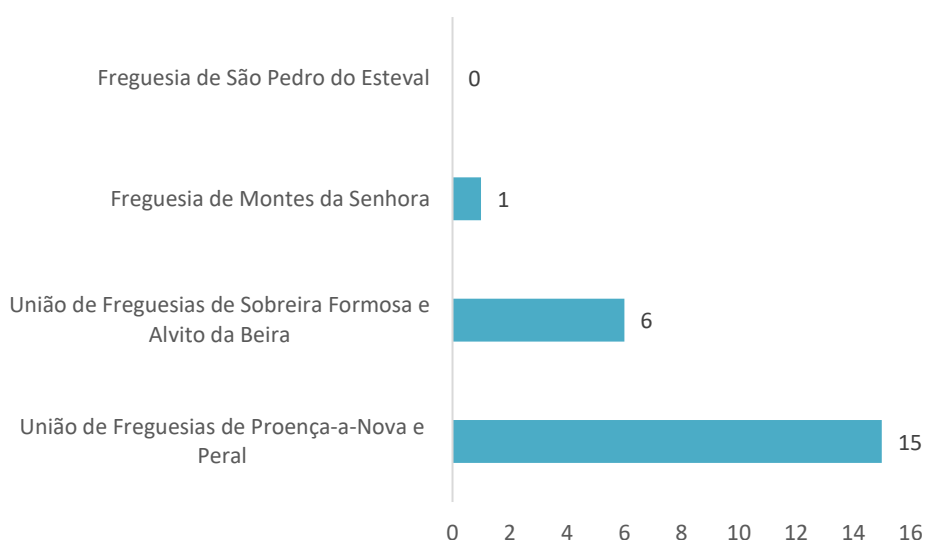


Gráfico 4 Estabelecimentos de restauração sediados no Município de Proença-a-Nova, por freguesia, em 2022

Fonte: Elaboração própria a partir da informação disponibilizada na Agenda Cultural de julho/agosto do Município de Proença

Atualmente o Posto de Turismo está situado na Rua do Rossio. Neste espaço é efetuada a divulgação da oferta turística do concelho pretendendo esclarecer os visitantes que procuram o concelho. No Posto de Turismo os visitantes podem “*obter informações turísticas, sobre a região, nomeadamente, tradições e costumes, percursos pedestres, alojamento, restauração, entre outros*” (Aldeias do Xisto, 2021).

3.1.4. Acessibilidades e transportes

Com a pesquisa efetuada compreendeu-se que a acessibilidade ao concelho de Proença-a-Nova melhorou expressivamente após o desenvolvimento de novas vias como são exemplo a autoestrada A23 e o IC8, beneficiando de uma maior mobilidade e maior acessibilidade interconcelhia (Município de Proença-a-Nova, 2015, p.15). Esta melhoria deve-se ao facto da proximidade do concelho à A23 que permite o acesso a Espanha e do IC8 que se revela “*o principal eixo rodoviário de entrada e saída no concelho*” (Município de Proença-a-Nova, 2021), promovendo o acesso às autoestradas A13 e A1. Proença-a-Nova, localiza-se no Centro de Portugal, “*a duas horas de Lisboa e do Porto, a uma hora de distância de Coimbra e a quatro horas de Madrid*” (Município de Proença-a-Nova, 2021).

Considerando a informação apurada constatou-se que as boas acessibilidades se caracterizam por ser um dos pontos fortes do concelho de Proença-a-Nova. Ao longo dos anos, a rede viária interna tem vindo a notar significativas melhorias “*quer ao nível do estado de conservação quer dos próprios pavimentos*” (Município de Proença-a-Nova, 2015, p.16).

O centro urbano do concelho, tendo em conta o Programa Estratégico de Reabilitação Urbana, tem como ponto fraco as “*dificuldades na acessibilidade viária, criadas pela estrutura física do núcleo, ruas estreitas e sem facilidade de estacionamento*” (Município de Proença-a-Nova, 2017, p.27), destacando-se por ser um dos objetivos estratégicos do município a “*melhoria das condições de acessibilidade*” (Município de Proença-a-Nova, 2017, p.28), e a melhoria das “*condições de circulação para os cidadãos com mobilidade condicionada*” (Município de Proença-a-Nova, 2017, p.34).

Considerando o sistema de transportes percebemos, no Diagnóstico Social do Concelho de Proença-a-Nova, que um dos principais problemas detetados no concelho é a “*insuficiente rede de transportes públicos*” (Município de Proença-a-Nova, 2019, p.32) que sirva todo o concelho, para além da rede de transporte escolar. Assim sendo, verificamos que nem todo o concelho é servido por uma rede de transportes coletivos existindo localidades que não beneficiam da rede de transportes, uma vez que “*a população residente não justifica o seu alargamento*” (Município de Proença-a-Nova, 2015, p.16). De salientar, que o concelho não é servido por rede ferroviária e a estação mais próxima encontra-se no Município de Vila Velha de Ródão.

3.2. Procura turística

Para além da oferta turística é essencial perceber a procura turística dos destinos, por conseguinte será feita uma análise da evolução da procura da Região Centro, Sub-Região da Beira Baixa e do território em estudo, Proença-a-Nova. É importante enfatizar que os dados analisados foram retirados do Instituto Nacional de Estatística (INE).

3.2.1. Evolução na Região Centro de Portugal

A Região Centro, NUT II à qual pertence o concelho de Proença-a-Nova, apresentou, no que diz respeito à variável de dormidas em alojamento turístico (Anexo 4), algumas oscilações na sua evolução, entre 2013 e 2021. De 2013 a 2019 houve um aumento do número de dormidas, tendo descido significativamente no ano de 2020, o que se pode explicar com o surgimento da pandemia de COVID-19. Contudo, em 2021, fez-se sentir um ligeiro aumento no número de dormidas relativamente ao ano anterior. Em número de hóspedes em alojamento turístico (Anexo 5), entre 2013 e 2019, assinalou-se uma variação positiva de 84% notando-se uma tendência similar à variável de dormidas, porém entre 2019 e 2021 a variação do número de hóspedes foi negativa (-41%). As dormidas de estrangeiros em alojamento turístico (Anexo 6) de 2013 a 2016 subiram de forma pouco significativa, mas de 2016 para 2017 houve um aumento percentual significativo de 5,76 p.p., que nos anos seguintes (2018 e 2019) diminuiu. De 2019 para 2020 houve uma queda significativa nas dormidas de estrangeiros em alojamento turístico que notou um ligeiro aumento no ano de 2021. Não obstante de 2019 a 2021 apresentou uma variação negativa de -18,98 p.p.. A variação de quota de dormidas (Anexo 7) da Região Centro em relação ao total de dormidas ocorridas em Portugal, entre 2013 e 2021, foi positiva (2,68 p.p.).

A sazonalidade na Região Centro de Portugal (Anexo 8), no ano de 2019, foi bastante notória denotando-se um índice de sazonalidade de 37%. O mês de agosto foi aquele em que a procura foi maior em contraste com o mês de janeiro. Também no ano de 2021, o índice de sazonalidade foi bastante elevado, de 46%, encontrando-se acima do apresentado em 2019. Identicamente, o mês de agosto é aquele que apresenta uma maior procura, mas em 2021 em contraste com o mês de fevereiro. Com esta análise percebe-se a tendência de que os meses de verão são os preferenciais em comparação com os meses de inverno. Em termos de estada média em alojamento turístico (Anexo 9), entre 2013 e 2019, ocorreram algumas oscilações, sendo a variação negativa (-0,06 dias). Entre 2019 e 2021, a variação foi positiva, de 0,1 dias. Em 2021, a estada média foi de 1,83 dias, valor superior aos dos anos anteriores.

Os proveitos totais em alojamento turístico (milhares de €) (Anexo 10), entre 2013 e 2019, aumentaram, todavia devido à pandemia, do ano de 2019 para o de 2020 houve uma descida drástica tendo voltado a subir no ano seguinte apresentando uma variação negativa de - 37% entre o ano de 2019 e 2021.

Analisando o top 10 de mercados na Região Centro (Anexo 11), em 2019, percebemos que a maioria das dormidas é nacional (56,30%). Dos mercados externos o espanhol é o que tem um maior destaque (11,31% da quota total de dormidas), seguindo-se o francês e brasileiro (4,82% e 4,38%, respetivamente). Já em 2021 o número de dormidas diminuiu, como já verificamos, mas os turistas domésticos (75,28%), espanhóis (7,96%), franceses (3,05%) e brasileiros (1,28%) mantêm-se no topo de preferências.

3.2.2. Evolução na Beira Baixa

A Região da Beira Baixa (NUT III) apresentou uma evolução semelhante à da Região Centro no que concerne à variável de dormidas em alojamento turístico (Anexo 12), porém evidenciou uma variação de dormidas positiva de 46%, entre 2013 e 2021, enquanto a Região Centro obteve uma variação de apenas 11%. Considerando a variável dos hóspedes em alojamento turístico (Anexo 13) entre 2014 e 2019 assinalou-se um crescimento que foi interrompido devido à COVID-19, em 2020. Contudo, no ano seguinte, voltou a sentir-se um crescimento significativo apesar de entre o ano de 2019 e 2021 apresentar uma variação negativa (-21%). As dormidas de estrangeiros em alojamento turístico (Anexo 14) oscilaram ao longo dos anos tendo alcançado uma variação positiva, entre 2013 e 2019, de 3,52 p.p.. A variação de quota de dormidas (Anexo 15), em relação ao total de dormidas ocorridas na Região Centro entre 2013 e 2021 foi positiva (0,84 p.p.).

A Sub-Região da Beira Baixa, no ano de 2019 e 2021, denotou um índice de sazonalidade (Anexo 16) inferior à Região Centro (33% e 39%, respetivamente). Tal como na Região Centro, no ano de 2019, o mês de agosto foi o que teve um maior número de dormidas em oposição ao mês de janeiro que foi o que apresentou um número de dormidas menor e no ano de 2021, sobressaiu o mês de agosto em contraste com o mês de fevereiro. No que concerne à estada média (Anexo 17), entre 2014 e 2019, compreendemos que a variação é positiva (0,06 dias). Em 2021, a estada média foi de 1,91 dias, valor superior ao da Região Centro, sendo o valor mais elevado na Beira Baixa desde 2014.

Os proveitos totais em alojamento turístico (milhares de €) (Anexo 18) foi aumentando entre os anos de 2014 e 2019. Em 2019 a Sub-Região da Beira Baixa evidenciou o maior número em proveitos totais, desde 2014. Porém no ano seguinte, devido ao COVID-19, decresceu de forma acentuada. De salientar que a variação de proveitos de 2014 a 2019 é positiva (61%), enquanto de 2019 a 2021 foi negativa (-12%).

Na Beira Baixa, no ano de 2019, os turistas eram predominantemente nacionais (76,63%), situação que se mantém em 2021 (81,53%). Dos turistas que procuravam Portugal provenientes do mercado externo, destaca-se o espanhol (7,42%), seguido do francês e do britânico (2,79% e 1,44%, respetivamente). Esta preferência mantém-se no ano 2021 apesar do mercado nacional ter aumentado significativamente (Anexo 19).

3.2.3. Evolução em Proença-a-Nova

Após a análise da evolução da procura turística da Região Centro e da Sub-Região da Beira Baixa, NUTs nas quais se insere o Município de Proença-a-Nova é importante fazer uma análise deste território. Porém, para análise do destino deve ter-se em consideração que para grande parte das variáveis os anos de 2013 a 2016 se encontram em segredo estatístico.

Entre 2017 e 2019 percebeu-se que existiu uma variação positiva de 8% considerando o número de dormidas e ano de 2019 sobressaiu por ter sido aquele em que o número de dormidas em alojamento foi superior (8 086) (Anexo 20). Contudo, entre 2019 e 2021 a variação de dormidas foi negativa (-42%), o que se pode explicar com a pandemia de COVID-19. Atendendo à variável dos hóspedes em alojamento turístico (Anexo 21) entre 2017 e 2018 verificou-se uma descida, e uma subida no ano de 2019, mas em 2020 voltou a diminuir significativamente, havendo uma descida ligeira em 2021. O ano de 2019 foi aquele que apresentou um maior número de hóspedes (4293). Em 2019, o concelho de Proença-a-Nova representava 0,11 % das dormidas da Região Centro e 0,10 % do número de hóspedes. No que diz respeito, à Sub-Região da Beira Baixa exibiu 4,82% das dormidas e 4,27% do número de hóspedes. A variação de dormidas de estrangeiros em alojamento turístico (Anexo 22) de 2017 a 2019 foi negativa (-9,14 p.p.). Da mesma forma, entre 2019 e 2021, a variação foi bastante negativa (-15,7 p.p.). O Município apresentou uma variação de quota de dormidas em relação à Sub-região da Beira Baixa (Anexo 23) bastante reduzida (-1,97p.p.), entre 2017 e 2021, valores muito abaixo dos alcançados tanto pela Região Centro (na relação com o total nacional) como pela Beira Baixa (considerando o seu peso relativo no total de dormidas ocorridas na região Centro).

Em termos de sazonalidade em alojamento turístico, no ano de 2019, Proença-a-Nova evidenciou um índice de sazonalidade inferior à Região Centro e à Sub-Região da Beira Baixa (30%), destacando-se também o mês de agosto com um maior número de dormidas, em contraste, no caso de Proença-a-Nova, com o mês de novembro que exibiu um número reduzido de dormidas (Anexo 24). No ano de 2021, a sazonalidade foi superior à apresentada em 2019 e em comparação com a exibida na Região Centro e na Beira Baixa. Para a estada média (Anexo 25) o concelho de Proença-a-Nova obteve uma variação positiva (0,09 dias), entre 2017 e 2019, todavia entre 2019 e 2021 alcançou uma variação negativa (-0,06 dias). O ano de 2018 sobressaiu por ser aquele em que a estada média foi superior (1,96 dias), sobressaindo da estada média da Beira Baixa e da Região Centro (1,72 e 1,74 dias, respetivamente).

Os proveitos totais em alojamento turístico, entre 2017 e 2021, foram de 1690 milhares de euros, apresentando um crescimento de 2017 a 2019 e uma queda acentuada no ano de 2020, voltando a crescer em 2021 (Anexo 26). A variação de proveitos entre 2017 e 2019 é positiva (25%), mas entre 2019 e 2021 foi negativa (-29%).

No que diz respeito ao top 10 dos mercados do Município de Proença-a-Nova, no ano de 2019, (Anexo 27) o mercado nacional destaca-se de forma bastante significativa (80,81% da quota total de dormidas). No mercado externo sobressai França (9,07%), Espanha e Brasil, com menos significância (3,19% e 2,96%, respetivamente). Em 2021, ano de pandemia, a quase totalidade dos turistas era nacional (96,51%).

Capítulo III- Metodologia

A investigação que incorpora o presente relatório de estágio apresenta como objetivo principal o levantamento da oferta e caracterização da procura turística do Município de Proença-a-Nova. *“Durante os séculos XVIII e XIX, começaram a surgir e a serem definidas as etapas e os componentes que formam uma metodologia científica universal”* (Lopes, 2021, p.34). O turismo sobressai por ser interdependente de outras áreas científicas, fazendo com que a investigação científica do turismo encontre respostas conjuntas tanto para os problemas como para a definição de agendas estratégicas de países (Lopes, 2021).

O método utilizado nas diversas investigações pode ser quantitativo e/ou qualitativo, e é escolhido tendo em conta o objetivo do estudo. A pesquisa quantitativa baseia *“a sua análise em informações fornecidas por dados e fontes de informação”* (Organización Mundial del Turismo, 2001, p.13) recorrendo a informação numérica *“para analisar e tratar, de forma a compreender comportamentos de determinados grupos”* (Lopes, 2021, p.34). Os resultados alcançados através do método quantitativo devem explicar o comportamento da população em estudo. Em contrapartida, a análise qualitativa é uma forma de interpretar a realidade do setor do turismo, *“e de entendimento dos fenómenos turísticos com os instrumentos que proporcionam a visão da realidade, opiniões e experiências dos investigadores ou dos grupos de observadores, informantes e participantes na pesquisa”* (Organización Mundial del Turismo, 2001, p.224). Foca-se numa análise densa das atitudes, comportamentos e experiências dos entrevistados, optando-se por amostras reduzidas e mais detalhadas. Em contraste, no método quantitativo utilizam-se amostras mais numerosas, mas menos detalhadas, pois utiliza dados estatísticos (Organización Mundial del Turismo, 2001). Entende-se, assim, que o método quantitativo envolve essencialmente dados numéricos, ao passo que o método qualitativo transmite informação na forma de palavras, imagens e/ou sons (Veal, 2018).

Para a elaboração do presente relatório foi executada uma pesquisa exploratória quantitativa e qualitativa. A metodologia da investigação liga a primeira parte do relatório de estágio, de investigação teórica, à segunda parte, de pesquisa empírica.

Neste capítulo irá abordar-se a metodologia seguida para a realização do presente estudo. Primeiramente, faz-se referência aos métodos de investigação eleitos. De seguida faz-se referência à recolha da informação, mais propriamente às fontes para o trabalho empírico, como foram desenvolvidas

as entrevistas e o questionário e a forma como foi escolhida a amostra e realizada a recolha dos dados para o questionário.

1. Método de Investigação

O método de investigação eleito para a elaboração do presente relatório foi a entrevista e o inquérito por questionário. A entrevista é um dos métodos de recolha qualitativos e foi utilizada como instrumento de pesquisa. O meio utilizado para as entrevistas foi o presencial e estas caracterizam-se por serem semiestruturadas, visto que as questões estavam preparadas tendo em conta o tema em estudo pretendendo-se através das entrevistas gerar respostas mais elaboradas. A entrevista semiestruturada possui bastante popularidade porque é flexível, acessível e inteligível e é capaz de revelar facetas importantes e muitas vezes ocultas do comportamento humano e organizacional (Qu & Dumay, 2011). Já o inquérito por questionário apresenta-se como uma *“técnica de investigação que através de um conjunto de perguntas, visa suscitar uma série de discursos individuais, interpretá-los e depois generalizá-los a conjuntos mais vastos”* (Dias, 1994, p.5), e *“através do inquérito por questionário, temos acesso a informação atual e atualizada”* (Dias, 1994, p.6). É, igualmente, *“um meio relativamente rápido e eficiente de atingir determinada amostra, bem como têm a vantagem do seu preenchimento se passar na intimidade do inquirido sem que este se sinta eventualmente constrangido, respondendo com maior sinceridade”* (Finn *et al.*, 2000, p.92, citado por Caldeira, 2006, p.153). Para complementar a informação sobre a oferta turística foram enviados *emails* às cinco empresas de animação turística localizadas no Município.

2. Recolha de informação

Na realização deste relatório foram utilizados dados secundários para a elaboração do enquadramento teórico, foi realizada uma recolha de dados de fontes existentes na literatura através da consulta de livros, teses de mestrado e doutoramento, artigos e revistas científicas e bases de dados em turismo. A investigação tem com intuito principal aprofundar alguns conceitos importantes e entender turisticamente o Município de Proença-a-Nova.

A vertente empírica deste estudo decorreu no Município de Proença-a-Nova através da auscultação a representantes do sector dos serviços turísticos. Mais especificamente, a informação para as entrevistas foi obtida através de técnicas no Município de Proença-a-Nova e os dados dos inquéritos por questionário foram recolhidos em alguns dos alojamentos locais, empreendimentos turísticos, praias fluviais, estabelecimentos de restauração e no posto de turismo. No sentido de se obter uma melhor compreensão da realidade do setor turístico, no Município em estudo, mais concretamente no que se refere à oferta e procura turística, foram realizadas duas entrevistas exploratórias semiestruturadas a técnicas do Município de Proença-a-Nova e feito um inquérito por questionário aos visitantes do

concelho. As entrevistas tiveram como objetivo essencial conhecer a oferta turística e a componente dos eventos do território enquanto o inquérito por questionário foi importante para perceber e caracterizar a procura turística do destino.

2.1. Trabalho empírico

Foram realizadas duas entrevistas a técnicas do Município de Proença-a-Nova, tendo a entrevista sobre a oferta turística sido feita dia 15 de abril de 2022 e a entrevista em que o tema principal eram os eventos do Município a 2 de julho de 2022. De seguida será descrita a forma como foram desenvolvidas as entrevistas. Da mesma forma foi feita uma observação direta, através da realização de questionários aos turistas que visitaram Proença-a-Nova entre a segunda semana de abril de 2022 e a terceira semana de agosto de 2022. No ponto 2.2.2. será descrita a forma como foi desenvolvido o questionário, o método de amostragem e como foram recolhidos os dados empíricos.

2.1.1. Desenvolvimento das entrevistas

Foram realizadas duas entrevistas a diferentes técnicas que trabalham no Município de Proença-a-Nova. Na primeira entrevista foi abordada essencialmente a oferta turística e encontrava-se estruturada em dez partes (ver Anexo 28):

- (1) Turismo Fluvial.
- (2) Turismo Cultural e Arqueológico e Militar.
- (3) Turismo de Natureza, Aventura e Desportivo.
- (4) Roteiros turísticos.
- (5) Património religioso.
- (6) Património arquitetónico.
- (7) Gastronomia.
- (8) Tradições.
- (9) Marca Proença-a-Nova Origens.
- (10) Opinião pessoal.

A seguir serão apresentadas, de forma detalhada, cada uma das partes da entrevista.

Parte I: Turismo Fluvial

O ponto I da entrevista tinha como objetivo perceber algumas particularidades da Praia Fluvial de Aldeia Ruiva e da Praia Fluvial de Malhadal.

Parte II: Turismo Cultural, Arqueológico e Militar

As questões deste grupo tinham como objetivo primordial entender em que consiste o Centro de Interpretação dos Fortes e Baterias de Sobreira Formosa, a que se deve a integração de Proença-a-Nova na Rota de Turismo Militar e a importância que esta Rota tem ou terá futuramente para a atratividade turística do destino.

Parte III: Turismo de Natureza, Aventura e Desportivo

Com o conjunto de questões deste grupo tencionou-se saber quais os recursos do Município que se distinguem no *Geopark* Naturtejo e como é feita a integração do Município de Proença-a-Nova neste *Geopark*. Da mesma forma, procurou-se perceber como se caracterizam os percursos pedestres; quantos percursos de *btt* se encontram marcados no território e se já estão todos marcados e aptos a serem realizados; e quais os locais em que é possível realizar escalada. Questionou-se acerca dos miradouros localizados no Município e se as atividades de *geocaching* tem potencialidade turística no território. Por fim, tentou-se perceber qual a importância que o turismo de natureza, aventura e desportivo tem para a atratividade do destino Proença-a-Nova.

Parte IV: Roteiros turísticos

As perguntas deste grupo tinham como intuito conhecer o Projeto Rota das Aromáticas e o Trilho das Aromáticas, o Roteiro das Artes e a Rota dos Lagares, tal como a importância que estes roteiros possuem para a atratividade do concelho de Proença-a-Nova.

Parte V: Património religioso

Com as questões realizadas neste grupo ambicionava-se saber se o património religioso era um recurso turístico com relevância para o concelho.

Parte VI: Património arquitetónico

Através deste grupo procurou-se compreender quais as pontes antigas, moinhos de vento e de água que se destacam, em termos turísticos, e quais os fornos comunitários, fontanários e fontes de mergulho que possuem maior importância turística, tal como a importância deste património para a atratividade do território em estudo.

Parte VII: Gastronomia

Com este grupo pretendeu-se conhecer os produtos gastronómicos que se destacam no concelho para além do maranho e da tigelada e obter informações acerca da fábrica da Tigelada na aldeia de Pegulho.

Parte VIII: Tradições

O ponto VIII tinha como propósito saber quais as tradições que se destacam no concelho de Proença-a-Nova.

Parte IX: Marca Proença-a-Nova Origens

No penúltimo grupo procurou-se saber que entidade desenvolveu a Marca Proença-a-Nova Origens, o que se pretendeu com a criação desta marca e em que locais os produtos da marca podem ser adquiridos.

Parte X: Opinião pessoal

Por fim, foram feitas duas questões em que a entrevistada expôs a sua perspetiva individual sobre os elementos distintivos da oferta turística do Município e a(s) estratégia(s) necessárias para tornar o destino mais atrativo.

Na segunda entrevista aprofundou-se o tema relativo aos eventos do Município com o propósito de perceber a dinâmica dos eventos e as suas características. Esta entrevista possuía um conjunto de 9 questões (ver Anexo 29) em que se tentou compreender quais os eventos com maior destaque no concelho, a sua importância para o território e a tipologia de eventos que mais se distingue. Também foi questionado sobre quais os eventos do Município que são turisticamente atrativos, e se fazem com que os indivíduos pernoitem no destino ou se os eventos dos Municípios vizinhos contribuem para o aumento da estada média no concelho de Proença-a-Nova. Da mesma maneira questionou-se se existe algum mecanismo de contabilização do número de participantes nos eventos, quais os eventos realizados fora da época alta, e se as tradições, os recursos locais e os produtos endógenos são promovidos nos eventos promovidos pelo Município. Para concluir, foi efetuada uma questão de opinião pessoal de maneira a compreender se os eventos podem ser um meio de combater a sazonalidade do destino.

2.1.2. Desenvolvimento do Questionário

Foram desenvolvidas escalas de medida para perceber como se caracteriza a procura turística do território. O instrumento de pesquisa foi elaborado com base em escalas disponíveis na literatura em turismo desenvolvidas por Seabra, Pereira, Silva, Abrantes, Reis e Paiva (2020), López-Sanz, Penelas-Leguía, Gutiérrez-Rodríguez e Cuesta-Valiño (2021), Kim, Lee, Uysal, Kim e Ahn (2015) e López-Sanz, Penelas-Leguía, Gutiérrez-Rodríguez e Cuesta-Valiño (2021).

O questionário foi dividido em cinco partes (ver Anexo 30):

- (1) **Motivação de viagem:** com o primeiro conjunto de questões, procurou-se perceber as motivações que levaram o visitante a escolher o destino Proença-a-Nova.

- (2) Imagem do destino: as perguntas deste grupo têm como objetivo entender qual é a imagem que os visitantes têm do destino Proença-a-Nova.
- (3) Ligação ao destino: este grupo tem como objetivo medir a ligação que os turistas têm ao destino Proença-a-Nova.
- (4) Perfil sociodemográfico: estas questões referiam-se aos dados sociodemográficos dos indivíduos inquiridos.
- (5) Caracterização da viagem: com as perguntas deste grupo pretendeu-se obter algum conhecimento acerca da viagem dos inquiridos no território.

Seguidamente serão apresentadas, de forma detalhada, cada uma das partes do questionário com os respetivos fatores, variáveis e escalas utilizadas.

Parte I: Motivação de Viagem

O ponto I do instrumento de medida tinha como objetivo perceber as motivações dos turistas, nomeadamente aferir o que levou os visitantes a escolherem o destino em estudo. A motivação de viagem foi medida de acordo com as escalas criadas por Kim, Lee, Uysal, Kim e Ahn (2015) e López-Sanz, Penelas-Leguía, Gutiérrez-Rodríguez e Cuesta-Valiño (2021). Foi utilizada uma escala de Likert de cinco pontos (1 = Nada Importante; 5= Extremamente Importante).

Parte II: Imagem do destino

As questões deste grupo tinham como objetivo primordial medir a imagem que os turistas tem do destino Proença-a-Nova. Para a imagem cognitiva e afetiva, de forma a avaliar e descrever com exatidão as características do destino e ajudar a distinguir as imagens percebidas dos turistas criadas de acordo com suas perceções e sentimentos, foram utilizadas as escalas desenvolvidas por Seabra, Pereira, Silva, Abrantes, Reis e Paiva (2020) e López-Sanz, Penelas-Leguía, Gutiérrez-Rodríguez e Cuesta-Valiño (2021). As variáveis deste grupo foram medidas por uma escala de tipo Likert de cinco pontos (1=Oferece Muito Pouco; 5= Oferece Muito) e por uma escala diferencial semântica de oito pontos para medir as seguintes dimensões afetivas: Desagradável/ Agradável, Parado/ Excitante, Adormecido/Desperto, Perturbador/Relaxante, Negativo/Positivo, Aborrecido/Divertido, Familiar/Novo e Triste/Feliz.

Parte III: Ligação ao destino

Com este grupo de questões pretendia-se conhecer a ligação que os turistas tinham ao destino Proença-a-Nova. Neste sector foram incluídas algumas questões para determinar se recomendariam o destino, se tencionavam regressar ao destino e perguntas sobre o grau de satisfação com o destino, abordando a qualidade da visita, a qualidade das experiências vividas e a qualidade de vida no destino.

Para medir a ligação ao destino foi utilizada uma escala de tipo Likert de cinco pontos (1=Decididamente Não; 5= Decididamente Sim) e (1=Nada Satisfeito; 5= Muito Satisfeito).

Parte IV: Informações Sociodemográficas

As informações sociodemográficas solicitadas foram género, ano de nascimento, nacionalidade do visitante, região de proveniência, habilitações literárias e ocupação profissional.

Parte V: Caracterização da Viagem

Com este conjunto de questões procurou-se obter algum conhecimento acerca da viagem dos inquiridos ao destino em estudo. Desta forma, foram incluídas questões com as quais se pretendeu saber quantas vezes o turista já tinha visitado Proença-a-Nova, a duração da viagem no destino, considerando o número de noites, a constituição do grupo de viagem e a principal fonte de informação consultada para a escolha do destino.

2.1.2.1 Amostra

De modo, a que *“uma amostra possa ser considerada como representativa é necessária a utilização de um processo de seleção de tal forma que todos os membros que fazem parte da população a inquirir tenham a mesma probabilidade de fazer parte da amostra”* (Moreira, 2010, p.228).

Foram aplicados 200 questionários em alojamentos locais, empreendimentos turísticos, praias fluviais, estabelecimentos de restauração e no posto de turismo. Apenas os indivíduos que visitaram o Município no período de tempo em que foi realizado o questionário foram inquiridos.

2.1.2.2. Recolha dos dados

O período de trabalho de campo decorreu entre a segunda semana de abril de 2022 e a terceira semana de agosto de 2022. O meio de recolha do inquérito por questionário foi presencial e contou com a colaboração de alguns gerentes de alojamentos locais, empreendimentos turísticos, estabelecimentos de restauração, dos técnicos do posto de turismo, uma vez que foram distribuídos alguns inquéritos por questionário pelos locais mencionados anteriormente, de modo a solicitarem aos clientes o respetivo preenchimento, e do autor do estudo nas praias fluviais. O inquérito por questionário era entregue aos visitantes que tinham algum tempo para responder. Foram obtidos 112 questionários, sendo considerados válidos 110 no total. Participaram neste estudo turistas provenientes de 8 países.

Capítulo IV- Descrição dos resultados

O presente capítulo pretende expor os resultados obtidos através das entrevistas e do inquérito por questionário realizados. A sua análise desenvolve-se em duas partes distintas, mas complementares

efetuando primeiramente a análise da oferta turística do Município de Proença-a-Nova e posteriormente a análise da procura turística.

1. Oferta turística

A partir da análise efetuada à entrevista sobre a oferta turística conclui-se que as praias fluviais de Proença-a-Nova são um dos pontos fortes do Município de Proença-a-Nova encontrando-se ano após ano a receber distinções que as diferenciam. Estas “funcionam de junho a setembro, com grande afluência, e a partir daí são visitas espaçadas e de pessoas que gostam de ir para lá ler. A atratividade, como em qualquer praia, acaba por ser sazonal (...)” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 15 de abril de 2022). A Praia Fluvial da Aldeia Ruiva para além das infraestruturas que detém, possui ainda um Parque de Campismo que acolhe também autocaravanas e no qual é possível acampar e pernoitar em bungalows. A Praia Fluvial do Malhadal distingue-se por deter vários equipamentos de entretenimento “tem a piscina flutuante e a passagem entre os dois concelhos, de Proença para a Sertã, também em material flutuante. Tem também o *Fluvifun* que são insufláveis lúdicos que se instalam na época balnear” (...)” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 15 de abril de 2022). Em determinadas alturas encontram-se disponíveis outros equipamentos como caiaques e gaivotas para aluguer sendo que “(...) normalmente é o grupo de desporto que faz essas dinamizações. Tem dias específicos para isso (...)” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 15 de abril de 2022).

No concelho de Proença-a-Nova ponderou-se criar um Centro de Interpretação dos Fortes e Baterias “(...) contudo, considerou-se que aquele pavilhão teria mais funcionalidade como multiusos e dava para outras coisas não ficando focado só naquele tema (...) não é um Centro de Interpretação, mas sim um Circuito Interpretativo (...)” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 15 de abril de 2022), onde tem início o PR4: Pela Linha da Defesa.

A oferta de turismo de natureza, desportivo e de aventura é bastante variada e as atividades *outdoor* predominam. O Município integra o *Geopark* Naturtejo sobressaindo no território “(...) o sítio das Corgas (...) sendo o ponto mais alto do concelho (...) as Portas do Almourão (...)” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 15 de abril de 2022) e toda a linha de Serra. Os Percursos Pedestres de Pequena Rota assumem grande importância no destino e “passam todos por sítios de interesse cultural, histórico e etnográfico” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 15 de abril de 2022). A Grande Rota da Cortiçada “foi pensada para passar por pontos importantes, não se sobrepondo aos percursos de pequena rota, mas por alguns, dando a possibilidade às pessoas de realizar em 7 dias, ou 7 etapas” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 15 de abril de 2022). Para além dos percursos de BTT marcados foi concebido um percurso de

BTT ENDURO, na Serra das Talhadas. Também na Serra das Talhadas, para complementar a oferta de escalada, foi criada a Via Ferrata “(...) que é a maior via ferrata do país” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 15 de abril de 2022). Os miradouros distinguem-se por permitirem aos visitantes usufruírem de paisagens únicas e no concelho de Proença-a-Nova encontram-se “o miradouro do Carregais, o miradouro da Catraia e o miradouro do Almourão. (...) a Torre de Vigia acaba por ser também um miradouro” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 15 de abril de 2022), porém a técnica entrevistada referiu que “todos os pontos altos são miradouros” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 15 de abril de 2022) como é exemplo o Picoto do Vergão, o Picoto de Espadana, a Serra das Talhadas e a Serra das Corgas. Com a investigação realizada percebeu-se que as atividades de *geocaching* não tem muita afluência, pois são “(...) um nicho para quem gosta desse tipo de atividade (...) Fazem o passeio pedestre e aproveitam e fazem o geocaching do passeio, por exemplo” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 15 de abril de 2022). No entanto, entendeu-se que todas as atividades de turismo de natureza, aventura e desportivo contribuem bastante para a atratividade do destino, uma vez que “(...) são tudo mais valias para quem visita o concelho, o facto de se poder ter várias potencialidades (...)” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 15 de abril de 2022) apesar de existir necessidade de dinamização e uma estratégia turística coesa.

Os roteiros turísticos do Município “(...) são roteiros facilmente guardáveis e as pessoas ficam com eles na memória, podem não vir logo, mas ficam com eles na ideia e acabam por vir. Não vêm em massa, mas vêm, pois não se pretende um turismo de massas, caso contrário degradam mais do que visitam (...)” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 15 de abril de 2022). O Roteiro das Artes e a Rota dos Lagares são exemplos de roteiros presentes no concelho, o primeiro “(...) passa por vários pontos onde artistas vão expondo as suas peças (...)” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 15 de abril de 2022), enquanto a segunda é temporária podendo ser realizada apenas quando os lagares se encontram em laboração, entre novembro e dezembro. Para além destas, o Município está integrado na Rota de Turismo Militar e esta inclusão deve-se ao facto de existirem “(...) vários fortes e baterias, sendo que uma das baterias e um dos fortes estão recuperados e em muito bom estado de conservação.” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 15 de abril de 2022).

O património arquitetónico distingue-se por ser “(...) uma mais-valia e um acrescento a mais pontos de interesse que existem no concelho” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 15 de abril de 2022). No território sobressaem a Ponte Romana entre São Pedro e Ladeira de Envendos, isto é, entre o concelho de Proença-a-Nova e o de Mação e a Ponte Filipina no Malhadal. Atualmente a Ponte Romana “*está a carecer de intervenção, só que como é classificada é a Direção Geral*

do Património Cultural que tem que intervir” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 15 de abril de 2022). Relativamente aos moinhos de vento e de água destaca-se o Moinho do Pergulho que necessita de recuperação e o de Montes da Senhora que é particular. Os fornos comunitário que mais têm atividade são “(...) o da aldeia das Oliveiras, da Figueira e o de Proença com os miúdos da creche e da primária” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 15 de abril de 2022).

Os produtos gastronómicos são dos elementos mais característicos do concelho, existindo uma grande variedade como “as papas do carolo, muitas receitas com couve, as couves a monte, salada de almeirão, as migas com peixe do rio frito, também há muitos pratos ligados ao javali” e “na doçaria temos as broas de mel, os beijinhos que fazem na Catraia (...) temos o bolo finto, e os bolos tortos da Sobreira que só fazem na época de menor calor. Não é uma gastronomia rica porque eram povos relativamente pobres e não havia muitos ingredientes e faziam-se coisas simples. Também fazem as filhós, os nogados que vieram do lado do Fratel, e os nogados enrolados” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 15 de abril de 2022). Uma vez que a tigelada é um dos ex-libris de Proença-a-Nova foi fundada a fábrica da Tigelada que ainda não se encontra em funcionamento, “foi criada para a Associação começar a trabalhar na fábrica, mas com a pandemia parou tudo, talvez se consiga retomar este ano a funcionalidade, porque está tudo pronto para começar a laborar” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 15 de abril de 2022). Existem, ainda, tradições que se mantêm como os Janeireiros, a Encomendação das Almas e o Madeiro de Natal. “Destacam-se os Janeireiros, que vão cantar as Janeiras e aqui era sempre feito por homens. Agora o grupo coral com homens e mulheres também cantam, mas a tradição era com grupos de homens que iam de casa em casa e petiscavam. A Encomendação das Almas, por sua vez eram só as mulheres a fazer (...) o Madeiro já há por vários sítios. Aqui na zona Raiana fazem em Idanha, no Fundão. No sul não há tanto essa tradição, mas também já se faz tendo sido importado daqui” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 15 de abril de 2022).

Com o propósito de promover os produtos endógenos o Município de Proença-a-Nova desenvolveu a marca Proença-a-Nova Origens, que segundo a técnica entrevistada é “quase uma associação de produtores devidamente certificados e reconhecidos que integram a parte da Proença Origem. Os que quiseram integrar foram alvo dessa certificação e o município promove os cabazes e os produtos locais são vendidos também online (...)” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 15 de abril de 2022).

Com a entrevista percebeu-se que os elementos que mais se distinguem na oferta turística de Proença-a-Nova são, sem dúvida, as Praias Fluviais e a Serra das Talhadas, mais precisamente a oferta de turismo Fluvial, de Natureza e Aventura. Todavia, existe a falta de uma estratégia coesa, dado que “(...) a

estratégia não se deve remeter a uma só pessoa, quer queiramos quer não acabamos por ter uma determinada tendência, portanto isto seriam coisas de trabalhos de grupo (...)” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 15 de abril de 2022), considerando que são necessárias mais empresas turísticas que consigam desenvolver atividades que tirem o potencial de todo o território e não apenas de segmentos específicos. Da mesma forma, e segundo a técnica do Município é necessária uma maior valorização do que é nacional “o que eu acho que falta nos dias que correm é uma estratégia que faça as pessoas saírem de casa e gostarem do que é delas, do país delas porque a tendência é sair para outros países e chega-se cá a dizer mal (...)” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 15 de abril de 2022) e é também essencial que os indivíduos não se contentem apenas com o que veem nas redes sociais e se desloquem até aos locais para os visitar. Por fim, compreendeu-se que também é importante um trabalho conjunto entre Municípios pois “(...) as pessoas não precisam de ter tudo no seu território, é mostrar o que há e não ter vergonha se o do lado tem um Tejo fantástico. Não temos o Tejo temos outras coisas e podemos juntar todas estas forças e valorizar os territórios num todo. As próprias pessoas até podem ficar com curiosidade e voltar e dá para todos” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 15 de abril de 2022), ou seja, com uma estratégia conjunta todos os Municípios iriam beneficiar da atividade turística. Na tabela 11 encontram-se os elementos mais relevantes da entrevista realizada com os respetivos temas e subtemas.

Tabela 11 Análise da entrevista realizada acerca da oferta turística do Município de Proença-a-Nova

Tema Primário	Subtemas relacionados ao tema principal
<p>Turismo Fluvial</p>	<p>Distinções Praia Fluvial da Aldeia Ruiva como melhor Praia da Região Centro no Jornal de Proença</p> <p>“A Aldeia Ruiva foi considerada Praia Acessível. Relativamente à outra distinção li uma notícia acerca disso na Condestável, mas realmente não houve nenhuma notícia de destaque. Como estava em obras, está completamente remodelada e diferente daquilo que estaria.”</p> <p>Capacidade do Parque de Campismo da Aldeia Ruiva</p> <p>“Possui 7 bungalows e cada bungalow leva 6 pessoas e tem um para pessoas com mobilidade condicionada e aí só leva uma ou duas, caso a pessoa esteja acompanhada (...) A parte do campismo em si, acho que, comporta à volta de 60 pessoas, pois agora ficou mais curtinho. Dá para umas 20 tendas.”</p> <p>“(…) agora com a reestruturação já acolhe 7 autocaravanas.”</p>

	<p>Equipamentos de entretenimento da Praia Fluvial do Malhadal</p> <p>“Tem a piscina flutuante e a passagem entre os dois concelhos, de Proença para a Sertã, também em material flutuante. Tem também o <i>Fluvifun</i> que são insufláveis que colocam na época balnear.”</p> <p>Outros equipamentos como caiaques e gaivotas para aluguer</p> <p>“(…) às vezes consegue-se, porque só temos 3 ou 4 e depois pede-se emprestado. Normalmente é o grupo de desporto que faz essas dinamizações. Tem dias específicos para isso. Assim disponível para as pessoas andarem ainda não há, mas talvez venha a haver. (...)”</p> <p>Importância das praias fluviais e zonas balneares</p> <p>“(…) funcionam de junho a setembro, com grande afluência, e a partir daí são visitas espaçadas e de pessoas que gostam de ir para lá ler. A atratividade, como qualquer praia, acaba por ser sazonal”.</p> <p>Ponto forte do Município de Proença-a-Nova</p> <p>“São, sem dúvida as praias. Fomos pioneiros nas praias (...) acho que isso também nunca foi esquecido pela população aqui à volta. Não só de Proença como também os outros que afluíam e continuam a vir. Por muitas voltas que deem acabam por cá vir parar.”</p>
<p>Turismo cultural e arqueológico</p>	<p>Centro de Interpretação dos Fortes e Baterias</p> <p>“O Centro era para ter sido colocado no pavilhão que lá está, mas depois pensou-se que aquele pavilhão teria mais funcionalidade como multiusos e dava para outras coisas não ficando focado só naquilo (...) Mas não é um Centro de Interpretação, mas sim um Circuito Interpretativo. Essa palavra já devia ter sido mudada no <i>site</i> e ainda não foi, porque depois as pessoas ficam sempre baralhadas, quando estão a entrar no edifício e reparam que não é um Centro de Interpretação.”</p>
<p>Turismo Militar</p>	<p>Integração na Rota de Turismo Militar</p>

	<p>“(…) porque nós aqui em Proença temos vários fortes e baterias e uma das baterias e um dos fortes estão em muito bom estado de conservação.”</p> <p>“(…) entrei em contacto com o Turismo Militar, eles vieram cá e viram logo que fazia todo o sentido e iam tentar potenciar esta linha toda, no fundo, faz parte da travessia do país até chegar à capital (desde 1762) e foi por esse motivo que entrámos na Rota.”</p>
<p>Turismo de Natureza/Aventura/Desportivo</p>	<p>Recursos do Município se distinguem no <i>Geopark</i> Naturtejo</p> <p>“No <i>Geopark</i> temos o sítio das Corgas (...) sendo o ponto mais alto do concelho. Também chamado de alto de Espadana.”</p> <p>“Temos, também, as Portas do Almourão (...)”</p> <p>“Acaba por ser a linha toda da Serra, cá no nosso território (...)”</p> <p>Percursos Pedestres</p> <p>“Os percursos de pequena rota passam todos por sítios de interesse cultural, histórico e etnográfico. O primeiro que é a História na Paisagem, é circular, na zona das Moitas e passa pelas Antas, portanto o megalitismo de Proença (...). O PR2, que é na Serra, faz a ligação entre o Sobral Fernando e os Carregais e agora foi ‘engolido’ pela Grande Rota e já é pouco falado (...)”</p> <p>“(…) temos o PR3 que é a Rota das Conheiras, sai do Sobral Fernando e faz um lacinho, vai até à foz da ribeira da Fróia e volta. Passa pelas Conheiras que eram resultado da mineração aurífera romana e mais tarde na época medieval retomaram a prospeção do ouro.”</p> <p>“(…) o PR4 que é a Linha de Defesa de que já falámos. O PR5 é a Rota dos Recantos e Encantos na zona do Alvito da Beira. Sai da praia e vai dar a volta à cova do Alvito (...). Com as intempéries de há dois anos uma barreira foi derrubada, mas agora fizeram uma ponte e para aquelas mais audazes já está acessível. Fizemos uma candidatura e estamos à espera de que o resultado seja positivo (...) Tem uma grande riqueza e agora integrámo-lo na Rota das Aromáticas, pois tem uma grande riqueza de ervas medicinais e aromáticas (...)”</p>

	<p>“Depois temos o PR6 que é a Viagem pelos Ossos da Terra, como o nome indica é por cima da Serra das Talhadas, é o mais longo e bastante bonito passando pela parte geológica, também de natureza, mas uma natureza mais ligada à terra, à formação da terra (...) temos o PR7 que é em São Pedro do Esteval, a Rota dos Estevais, porque lá existe muito esteva, passa pela ribeira da Pracana e para pessoas com mobilidade reduzida é mais difícil.”</p> <p>“O PR8 é o da Aldeia de Xisto da Figueira, já está marcado (...) Foi criado pela ADXTUR, mas nunca foi terminado em condições, nem foi homologado, então, o Município achou por bem agarrar no percurso e marcá-lo e agora já está integrado com os outros. Por fim, temos a Grande Rota, que foi pensada para passar por pontos importantes, não se sobrepondo aos percursos de pequena rota, cruzando-os apenas por alguns troços, dando a possibilidade às pessoas de realizar em 7 dias, ou 7 etapas.”</p> <p>Percursos de BTT</p> <p>“São quatro. Eu acho que marcados estão 3, o 4º é o preto e não está ainda marcado (...).”</p> <p>“O que temos, agora, na Serra das Talhadas é o ENDURO, que são percursos mais duros e perigosos.”</p> <p>Escalada</p> <p>“Existe escalada no Vale Mourão, logo perto das Portas do Almourão e no caminho que vai para os Carregais também se encontra uma, que tem uma serie de vias. (...) Fizeram agora a via ferrata, que é a maior via ferrata do país.”</p> <p>“(...) a via ferrata que tem escalada, ponte himalaia, ponte suspensa (...)”</p> <p>Miradouros</p> <p>“(...) miradouro é aquilo que dá para ver, portanto, todas as Serras são miradouros naturais. Depois temos em alguns pontos chamadas de atenção às pessoas sobre determinado sítio, e aí temos estruturas metálicas. (...) É o miradouro do Carregais, o miradouro da Catraia e o miradouro do Almourão. (...) A Torre de Vigia acaba por ser também por ser um miradouro.”</p>
--	---

	<p>“Todos os pontos altos são miradouros. Picoto do Vergão, Picoto de Espadana, Serra das Talhadas (...) Serra das Corgas (...)”.</p> <p>Geocaching</p> <p>“Não há muita afluência (...) é um nicho para quem gosta desse tipo de atividade (...) Fazem o passeio pedestre e aproveitam e fazem o geocaching do passeio, por exemplo.”</p> <p>Importância do turismo de natureza, aventura e desportivo para a atratividade do destino</p> <p>“(...) são tudo mais valias para quem visita o concelho ter várias potencialidades, mas é como eu digo, isto carece de uma uniformização, de uma estratégia turística montada para que tudo funcione, caso contrário são coisas desagregadas. Temos as praias fluviais para o verão, tudo bem, temos a Serra, mas é preciso que haja dinamização (...)”.</p>
<p>Roteiros Turísticos</p>	<p>Rota das Aromáticas</p> <p>“No ano passado foi o Ano Municipal das Aromáticas e dentro desse ano fizemos atividades relativas às aromáticas, inclusive aproveitámos a Rota dos Recantos e Encantos do Alvito. Atualmente essa rota designa-se de Rota dos Recantos e Encantos, porque era o percurso que tínhamos com mais diversidade em termos de plantas.”</p> <p>“A Rota foi durante o ano das Aromáticas, e realizaram-se passeios pelo território. Agora vai ser desenvolvido o Trilho das Aromáticas.”</p> <p>Roteiro das Artes</p> <p>“O Roteiro das Artes é um roteiro que passa por vários pontos onde artistas vão expondo as suas peças ao ar livre (...)”</p> <p>Importância dos Roteiros Turísticos</p> <p>“(...) são roteiros facilmente guardáveis e as pessoas ficam com eles na memória, podem não vir logo, mas ficam com eles na ideia e acabam por vir. Não vêm em massa, mas vêm, mas também aqui não se quer turismo de</p>

	<p>massas, caso contrário degradam mais do que visitam. Se viesse um bocadinho mais também não fazia mal. Temos tudo para virem.”</p> <p>Rota de Lagares em Laboração</p> <p>“(…) está atualizada. Esta rota é temporária porque é só na altura em que os lagares se encontram em laboração. Tem visitas entre novembro e dezembro. Os Lagares em laboração são cada vez menos, pois têm muitas exigências laborais, mas ainda há uns quantos.”</p> <p>“(…) no grupo dos passeios pedestres mensais, (…) fazemos sempre um passeio pedestre em novembro a falar deste tema dos lagares (…).”</p> <p>“Esta rota é ainda mais contida no tempo, tendo no máximo um mês, mas lá está é mais uma que ao longo do ano faz com que quase em todos os meses haja um motivo de interesse para visitar Proença-a-Nova.”</p>
<p>Património Religioso</p>	<p>Recurso turístico</p> <p>“Infelizmente não, porque as duas igrejas de maior valor que seria a da Sobreira e de Proença foram alteradas. Na da Sobreira permanece a fachada principal, o resto foi tudo alterado. As capelas da Misericórdia têm mais interesse, tanto a da Sobreira como a de Proença.”</p>
<p>Património Arquitetónico</p>	<p>Pontes antigas</p> <p>“(…) ponte Romana, entre São Pedro e Ladeira de Envendos, entre Proença e Mação, está classificada através do concelho de Mação, só podia ser um a classificar e ficou do lado deles, mas fazendo a travessia é dos dois (…). Temos também, a Ponte Filipina no Malhadal.”</p> <p>“A ponte Romana também está a carecer de intervenção, só que como é classificada é a Direção Geral do Património Cultural que tem que intervir.”</p> <p>Moinhos de vento e de água</p> <p>“Temos o do Pergulho que tem de ser recuperado e há o dos Montes que é particular.”</p> <p>Fornos comunitário</p>

	<p>“(...) aqueles que trabalham mais são o da aldeia das Oliveiras, da Figueira e o de Proença com os miúdos da creche e da primária.”</p> <p>Fontanários e fontes de mergulho</p> <p>“São diferentes, nunca tinha visto nenhuma antes de vir para cá e gosto muito de algumas delas como a dos Cunqueiros, Fórneas.”</p> <p>Importância deste património arquitetónico para atratividade do destino</p> <p>“Eu acho que é uma mais-valia e um acrescento a mais coisas que existem aqui no concelho.”</p>
<p>Gastronomia</p>	<p>Produtos gastronómicos que se destacam no concelho</p> <p>“As papas do carolo, muitas receitas com couve, as couves a monte, salada de almeirão, as migas com peixe do rio frito, também há muitos pratos ligados ao javali.”</p> <p>“Na doçaria, para além da Tigelada, temos as broas de mel, os beijinhos que fazem na Catraia (...) Temos o bolo finto, e os bolos tortos da Sobreira que só fazem na época de menor calor. Não é uma gastronomia rica porque eram povos relativamente pobres e não havia muitos ingredientes e faziam-se coisas simples. Também fazem as filhós, os nogados que vieram do lado do Fratel, e os nogados enrolados.”</p> <p>Fábrica da Tigelada</p> <p>“Foi criada para a Associação começar a trabalhar na fábrica, mas com a pandemia parou tudo, talvez se consiga retomar este ano a funcionalidade, porque está tudo pronto para começar a laborar.”</p>
<p>Tradições</p>	<p>Janeiros, Encomendação das Almas e Madeiro de Natal</p> <p>“Destacam-se os Janeiros, que vão cantar as Janeiras e aqui era sempre feito por homens. Agora o grupo coral com homens e mulheres também canta, mas a tradição era com grupos de homens que iam de casa em casa e petiscavam. A Encomendação das Almas, por sua vez eram só as mulheres a fazer (...)”</p>

	<p>“(…) o Madeiro já há por vários sítios. Aqui na zona Raiana fazem em Idanha, no Fundão. No sul não há tanto essa tradição, mas também já se faz tendo sido importado daqui.”</p>
<p>Marca Proença-a-Nova Origens</p>	<p>Entidade desenvolveu esta marca</p> <p>“Foi o Município de Proença.”</p> <p>O que se pretendeu com a criação da marca</p> <p>“É quase uma associação de produtores devidamente certificados e reconhecidos que integram a parte da Proença Origem. Os que quiseram integrar foram alvo dessa certificação e promovem os cabazes e os produtos locais são vendidos. Agora com a loja também em Benfica tem vendido muito”.</p>
<p>Elementos distintivos da oferta turística</p>	<p>“São as Praias Fluviais e a Serra das Talhadas. (...) Turismo Fluvial e Turismo de Natureza e Aventura.”</p>
<p>Estratégia(s) para tornar o destino mais atrativo</p>	<p>Estratégia</p> <p>“(…) a estratégia não se deve remeter a uma só pessoa, quer queiramos quer não acabamos por ter uma determinada tendência, portanto isto seriam coisas de trabalhos de grupo (...) Nós temos os valores cá, não temos palácios nem temos castelos, mas temos outras coisas que não há em mais lado nenhum do país como as antas, o forte, as praias fluviais que foram pioneiras e ganharam a menção honrosa do prémio nacional do ambiente em 98.”</p> <p>Praias Fluviais</p> <p>“As praias fluviais têm sido reestruturadas e atualizadas, têm bandeira qualidade de ouro, a água bebe-se, a qualidade do ar é maravilhosa, conseguimos encontrar <i>líquens</i> o que é um sinal de pureza ambiental. Nas águas encontramos os ‘<i>alfaiates</i>’, outro indicador de pureza da água.”</p> <p>Importância de visitar o que é nacional</p>

“O que eu acho que falta nos dias que correm é uma estratégia que faça as pessoas saírem de casa e gostarem do que é delas, do país delas porque a tendência é sair para outros países e chegar cá a dizer mal (...).”

Importância de deslocar-se até aos locais turísticos

“Há outra coisa que eu acho que há muito a fazer, que é potenciar as redes sociais, o facto de no *Facebook* se poder ver a história do Museu de Paris ou de Londres e ficamos a pesquisar aquilo, ou seja, se fores mesmo muito interessado pensas ‘eu tenho que lá ir mesmo ver este museu’ e vais, mas se fores daquelas pessoas que tem aquele interesse que é ‘pronto ok já fiquei a saber isto não vale a pena estar a sair daqui.’ Há que conquistar as pessoas.”

Falta de estratégia

“Sinto que há falta de estratégia e depois está-se sempre a puxar para o litoral, pois o litoral também é cansativo e funciona melhor no verão, mas no inverno é bastante desagradável porque para além de frio é húmido e é nessas alturas que as pessoas podem vir até aqui. Aqui temos um frio seco, temos a neve na Serra da Estrela.”

Falta de empresas turísticas

“Faltam empresas mesmo ligadas ao turismo que apostem e não olhem só para determinado sítio. (...) Falta alguém que resolva arriscar, não é preciso investir muito, é comprar um ou dois todo-o-terreno, nós aqui se andarmos em todo-o-terreno é melhor e vemos mais coisas. Temos o Zé com a parte da escalada e promove aquilo bem e agora com a via ferrata, tem havido muita gente a ir até lá, porque lá está ele que sabe dinamizar. É isso que se precisa. Estes estão para um nicho, o Paulo está para o nicho dos *trails*. Mas falta tirar mais partido.”

Trabalho conjunto entre Municípios

“(...) se os Municípios todos à volta trabalhassem em conjunto (porque somos poucos) por exemplo, um fim de semana de 3 dias dá para ficar perfeitamente na Sertã, Proença e Vila Velha ou Sertã, Oleiros, Proença. Em Oleiros comia-se o cabrito estonado, na Sertã comia-se o bucho recheado, aqui comia-se o maranho e tigelada, iam a Vila Velha comiam o peixe do rio com as migas e

	<p>passeavam no barco. As pessoas não precisam de ter tudo no seu território, é mostrar o que há e não ter vergonha de se o do lado tem um Tejo fantástico. Não temos o Tejo temos outras coisas e podemos juntar todas estas forças e fazer acontecer. As próprias pessoas vinham e até podem ficar com curiosidade e voltar. E dá para todos.”</p>
--	--

Fonte: Elaboração própria a partir da informação obtida durante a entrevista realizada (2022)

A partir da informação conseguida durante a entrevista realizada a outra técnica do Município de Proença-a-Nova percebe-se que o evento com maior destaque no Município de Proença-a-Nova é a Festa do Município, dado que é “o evento que envolve mais recursos, seja financeiros ou humanos e uma maior envolvente de organização” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 2 de julho de 2022). Esta ocorre no mês de junho e apesar de ser o evento principal da agenda de eventos do Município e o que movimenta um maior número de pessoas não se pode comparar com um grande evento como o Festival do Crato, no Crato e o Meo Sudoeste, na Zambujeira do Mar, entre outros eventos, tal como mencionou a técnica do Município. Ao longo dos anos o tema da Festa do Município tem alterado existindo sempre a preocupação de “destacar as atividades que estão relacionadas com esse tema” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 2 de julho de 2022). No presente ano, o tema da festa foi o desporto e a aventura e a oferta complementar foi ao nível dos desportos que podem ser praticados no concelho, existindo, igualmente, uma oferta lúdica para o público infantil.

A par da Festa do Município, realizam-se pelas várias freguesias do concelho os Festivais Gastronómicos que derivam da ligação que o Município tenta fazer ao território. O intuito principal destes Festivais é essencialmente destacar os produtos gastronómicos que tenham algum destaque nas freguesias em que se realizam.

Na Freguesia de Montes da Senhora, no mês de maio, tem sido promovido o Festival da Cereja e do Limão, porém o Festival “está sempre dependente das condições climatéricas e da produção da cereja” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 2 de julho de 2022). Na hipótese de se realizar o festival sem cereja, como já aconteceu, optou-se “por associar o limão que também é um produto muito característico” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 2 de julho de 2022) da freguesia, permitindo ter “uma oferta mais abrangente e não só canalizada num produto” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 2 de julho de 2022). Na Freguesia de São Pedro do Esteval realiza-se, no mês de julho, o Festival do Peixe do Rio devido à proximidade que este território tem ao rio Ocreza e à ribeira da Pracana e à própria tradição que acaba por não se resumir apenas a estas localidades, mas que nesta freguesia tem um grande impacto. Na União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira acontece o Festival do Maranhão e do Plangaio, no mês de setembro.

Este Festival, inicialmente, começou por ser a Feira de Outono na qual se tentou recuperar as tradições relacionadas com a desfolhagem do milho e algumas tradições do campo como as papas de milho. Tendo em conta o seu potencial optou-se por transformar a Feira de Outono num Festival Gastronómico apostando no produto gastronómico de relevo da freguesia: o Plangaio. Para “complementar a oferta do Plangaio que é tradicional das freguesias a norte” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 2 de julho de 2022) juntou-se o Maranho que é um produto gastronómico transversal a todo o território e que tem bastante peso na gastronomia da região. Por fim, na União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral realizam-se no mês de abril dois festivais que vão alternando de ano para ano: o Festival da Adega Típica e o Festival das Sopas e Conduitos. No Festival da Adega Típica procura-se “promover todos os petiscos associados às adegas” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 2 de julho de 2022) e durante a realização deste festival ocorre um concurso de vinhos com o qual se pretende “promover os serviços do Centro de Ciência Viva da Floresta que tem um laboratório de vinhos e faz análises” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 2 de julho de 2022), incitar a produção local e incentivar os produtores a fazer melhorias na sua produção vitivinícola. Já no Festival das Sopas e Conduitos o objetivo é promover as sopas típicas do concelho, entre outros produtos tradicionais.

No Município era também feita a Feira da Tigelada que, devido à pandemia de COVID-19, passou a ser promovida, durante o mês de agosto, apenas nos restaurantes aderentes e alcançou um feedback positivo. O Festival dos Sabores Caprinos e Ovinos foi realizado, em 2022, pelo segundo ano, também, nos restaurantes aderentes e distinguiu-se por ser um evento com impacto na restauração.

De forma mensal acontecem o Festival de Teatro, os Passeios Pedestres, e o Espetáculo do 4º sábado. Durante a época baixa são realizados, anualmente, diversos eventos, o Encontro de Escalada que no presente ano regista a 15ª edição, a Cãominhada, o Encontro de Janeireiros e o evento de Encomendação das Almas. Com os últimos dois eventos mencionados o Município pretendeu recuperar e promover as tradições imateriais do destino. A Encomendação das Almas é uma tradição que já só se pratica em 6 aldeias e quem participa são sobretudo pessoas das localidades que vêm acompanhar as mulheres que cantam, “não é um evento de massas nem um evento que traz muitas pessoas de fora” tornando-se uma forma de tentar promover e manter as tradições “(...) porque há eventos que sabemos que não vão ter muito público, mas cumprem outros objetivos e enquanto Câmara também temos de perceber que (...) é fundamental para as próprias comunidades sentirem que é importante manterem a tradição e é uma forma de os grupos conviverem” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 2 de julho de 2022). O Passeio Todo-o-Terreno (TT) é organizado pelos Bombeiros Voluntários de Proença-a-Nova e este ano realizou-se a 8ª edição. Com a organização da Lusitânia Automóvel Clube em parceria com o Município de Proença-a-Nova aconteceu o Rally da Cortiçada “em 43,77 km de troços

fechados do concelho” (Município de Proença-a-Nova, 2022). No mês de abril concretizou-se a 4.^a edição do Grande Prémio da Cortiçada que se caracteriza por ser uma prova de atletismo que ocorre numa organização conjunta entre o Município de Proença-a-Nova e o Núcleo da Juventude de Proença-a-Nova. O Mercado dos Sabores de Natal é também um evento de grande relevo, dado que tem um grande impacto no território, tendo *“como principal intenção promover a cultura e gastronomia tradicional, com destaque para as filhós, o artesanato, o comércio e produtores locais, potenciar a atratividade do Concelho e contribuir para o reconhecimento e preservação das tradições culturais da época natalícia e a valorização dos produtores e dos agentes culturais e económicos”* (Município de Proença-a-Nova, 2021, p.1). Foi também promovida pelo Município a 1.^a Taça Nacional de Ciclismo Júnior e organizada pela SkyFunCenter, com o apoio do Município, a Taça de Portugal - 1.^a prova Voo de Formação a 4, no Aeródromo Municipal. No mês de outubro irá realizar-se o Torneio Internacional de Ténis de Praia, no Campo de Areia da Aldeia Ruiva, que é um equipamento novo no Município que permite a prática de desportos de areia.

Nos meses de verão realizaram-se diversos eventos desportivos no concelho, como a PT281+Ultramarathon que já conta com 8 edições e é um dos eventos de relevância para o território e os seus participantes *“também consomem no território e inclusivamente ficam cá alojados porque é uma prova que ocupa vários dias”* (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 2 de julho de 2022). A Descida do Rio Ocreza em canoa, na aldeia de Padrão, é um evento de desporto e aventura que acontece durante o verão. Este ano o destino Proença-a-Nova voltou a receber o Campeonato Nacional de Carrinhos de Rolamentos e realizaram-se outros eventos desportivos como a Etapa do Circuito Nacional de Futevólei, no Campo de Areia da Aldeia Ruiva, organizada pela Federação Portuguesa de Futebol; o Eco Rally Proença-a-Nova, organizado pelo Município, e a terceira edição do Torneio Internacional de Basquetebol. O Festival de Rock *“Nada Temas Rock Fest”* teve a sua primeira edição em 2022 e *“algumas das bandas convidadas são do território, são músicos que vivem em Proença-a-Nova, na Sertã, nas proximidades (...)”* (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 2 de julho de 2022).

O Município tem como objetivo primordial que a maioria dos eventos que organiza tenham impacto no tecido económico local, procurando realizar eventos mesmo durante a época baixa. Note-se *“que é mais difícil trazer visitantes nos meses frios”* (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 2 de julho de 2022), porém os *“(...) eventos em novembro e dezembro são eventos mais direcionados para o público local (...)”* e *“acabamos por notar que como são eventos mais para o público local que nestas alturas, principalmente em novembro início de dezembro, estão muito dedicadas à apanha de azeitona e há menos público (...)”* (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 2 de julho de 2022). A partir de maio é quando se nota uma maior afluência de pessoas aos

eventos do Município “se bem que contamos muito com as pessoas que são da terra, mas que estão fora e acabam por participar” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 2 de julho de 2022). Todavia, a técnica do Município refere que “é mais difícil trazer visitantes nos meses frios e é também um trabalho que temos que fazer na vertente não só dos eventos, mas também do próprio turismo (...)” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 2 de julho de 2022).

Assim, compreendemos que os eventos principais e mais marcantes são sobretudo os que aliam a gastronomia ao território e às tradições locais. Sempre que possível o Município tenta relacionar nos seus eventos as tradições, sejam gastronómicas sejam de património imaterial procurando promover e valorizar os seus recursos. Os eventos em que existe a divulgação dos produtos gastronómicos são realmente aqueles que envolvem mais recursos, contudo os eventos desportivos também sobressaem uma vez que o Município “tem condições para a prática de um conjunto alargado de desportos” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 2 de julho de 2022) e têm sido estabelecidas parcerias diversificadas com federações e associações desportivas. De ressaltar que não existe nenhum mecanismo de contabilização do número de participantes, uma vez que grande parte dos eventos são gratuitos e não necessitam de inscrição.

De acordo com a técnica entrevistada, de uma maneira geral o Município encontra-se a cumprir o seu “papel enquanto promotor cultural ao apresentar eventos diversificados para públicos diversificados, a nível do desporto, turismo de natureza, gastronómicos aliando a tradição, teatro, cinema, música, performances...” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 2 de julho de 2022). Ainda assim, refere que é importante “tornar os eventos mais conhecidos fora do Município” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 2 de julho de 2022) sendo essa uma dificuldade “porque acaba por ter que envolver verbas de publicidade e promoção e os nossos recursos são limitados”, ressaltando que o território tem a ganhar se realizar “uma maior promoção além do distrito para envolver os eventos numa das formas de atração de turistas ao território, mas turistas que fiquem (...) que deixem dinheiro (...)” (Técnica do Município de Proença-a-Nova, comunicação pessoal, 2 de julho de 2022). Consultando a tabela 12 encontramos os temas primários e os subtemas abordados na entrevista.

Tabela 12 Análise da entrevista realizada acerca dos eventos do Município de Proença-a-Nova

Tema Primário	Subtemas relacionados ao tema principal
Eventos com maior destaque no	<p>Festa do Município</p> <p>“O evento que envolve mais recursos, seja financeiros ou humanos e uma maior envolvente de organização é sem dúvida a Festa do Município. É o nosso principal</p>

<p>Município de Proença-a-Nova</p>	<p>evento do cartaz (...) este é o evento que movimenta mais pessoas. Normalmente tentamos sempre dar um tema diferente à Festa do Município, tem sido essa a estratégia há já vários anos e ao destacarmos um tema tentamos destacar as atividades que estão relacionadas com esse tema (...) Este ano era o desporto e a aventura, portanto a nossa oferta complementar foi ao nível, por exemplo, dos desportos que podem ser praticados no concelho, mas depois também tivemos uma oferta lúdica essencialmente para o público mais infantil (...). Mas já tivemos anos em que o tema foi gastronómico, por exemplo a tigelada, o pão e outras massa, (..) ou então a caça e a pesca.”</p> <p>“(..) internamente estamos a questionar-nos se, por exemplo, deveríamos fazer [um tema] monotemático, escolher um destes temas, neste caso a tigelada, como temos feito uma promoção mais intensa, mas por enquanto a estratégia do executivo tem sido diversificar os temas (...)”</p> <p>Festivais Gastronómicos</p> <p>“A par da Festa do Município que é realmente o nosso maior evento, temos os Festivais Gastronómicos que derivam desta ligação que o Município tenta fazer ao território. A nossa ideia tem sido fazer um Festival Gastronómico por freguesia tentando destacar um produto que aí tenha também algum destaque por si só.”</p> <p>“(..) vamos ter o Festival do Peixe do Rio na Freguesia de São Pedro do Esteval dada a proximidade ao rio Ocreza e à ribeira da Pracana e à própria tradição daquelas localidades que acaba por não se resumir aquelas localidades, mas por aí ter um grande impacto.”</p> <p>“(..) na União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira o Festival do Maranho e do Plangaio. Inicialmente este certame começou por ser a Feira de Outono (...) e tentámos recuperar as tradições relacionadas com a desfolhagem do milho (...), algumas tradições do campo como as papas de milho e depois vimos que havia potencial para o transformar num Festival Gastronómico apostando no Plangaio. Foi o que fizemos no primeiro ano desse festival e tivemos a oferta de Plangaio esgotada no Festival (...) houve pessoas que vieram de muito longe atraídas pelo nome (...) e viram as suas expectativas frustradas porque não havia oferta. Assim, acabámos por remodelar também um pouco o festival, abrimos à participação das associações e não apenas aos restaurantes e</p>
---	--

	<p>tem tido muito sucesso. Para complementar a oferta do Plangaio que é tradicional das freguesias a norte, acabámos por juntar o Maranhão que é transversal a todo o território e que tem bastante peso na nossa gastronomia.”</p> <p>“No caso da Freguesia de Montes da Senhora temos investido muito na promoção do Festival da Cereja e do Limão, aqui o trabalho é um pouco mais difícil porque está sempre dependente das condições climatéricas e da produção da cereja. Já tem acontecido, em alguns anos, termos que realizar o Festival sem Cereja. (...) Então decidiu-se associar o Limão que também é um produto muito característico daquela freguesia, para depois termos uma oferta mais abrangente e não só canalizada num produto.”</p> <p>“Na União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral temos dois festivais que vamos alternando, o Festival da Adega Típica e o Festival das Sopas e Conduitos. No primeiro tentamos promover todos os petiscos associados às adegas, porque a adega é (...) um espaço ritualístico de encontro (...) e nós temos aldeias que ainda promovem iniciativas como a Rota das Adegas (...). Neste festival tentámos trazer essa temática com todos os petiscos que são servidos na adega e outros (...). Normalmente conciliamos com o concurso de vinhos para promover também essa vertente, acima de tudo para promover os serviços do Centro de Ciência Viva da Floresta que tem um laboratório de vinhos e faz análises (...). Este concurso de vinhos no fundo é para incentivar a produção local e incentivar os produtores a fazer essas melhorias na sua produção (...). Este festival é alternado com o Festival das Sopas e Conduitos e aqui o objetivo é promover a sopa. Nós temos algumas opas muito típicas e características, por exemplo, a sopa de cabeça de cabrito ou da cabeça do porco, sopa das malhas, sopa troc-troc, (...) temos a sopa do lavrador e as associações tem trazido pratos típicos que são muito interessantes.”</p> <p>Principais eventos</p> <p>“(...) os nossos principais eventos, os mais marcantes são sem dúvida estes que aliam a gastronomia, que também fazemos na Festa do Município, ao território e às tradições, acompanhando sempre com música e animação.”</p>
--	---

<p>Tipologia de eventos que mais se distingue</p>	<p>Eventos gastronómicos e desportivos</p> <p>“Neste caso são eventos vocacionados para a gastronomia e divulgação dos produtos gastronómicos, e são realmente aqueles que no nosso calendário de eventos acabam por envolver mais recursos. Mas depois temos muitos (...) eventos desportivos. Realmente o nosso território tem condições para a prática de um conjunto alargado de desportos e nós temos estabelecido parcerias diversificadas com federações.”</p> <p>Importância dos eventos desportivos</p> <p>“Este fim de semana temos aqui [um evento desportivo], mas é com uma associação que é da Associação de Basquetebol Albicastrense. A maior parte destes eventos é feita em parceria com o Município, mas não são organizados por nós. Mas é uma forma, também, de chamar pessoas de fora aqui ao concelho (...) vai ter 20 clubes, 58 equipas e 750 jovens, com idades entre os 6 e os 16 anos, que vão participar no 3º torneio Internacional de Basquetebol.”</p> <p>“(...) estivemos numa reunião de manhã e a colega do posto de turismo dizia que o feedback que lhe estava a chegar era que a nossa hotelaria estava lotada e vai ter impacto na restauração. Vai ter impacto um pouco pela vila toda. E estes eventos que focam na temática do desporto acabam também por ter a sua importância. (...) vamos ter um Eco Rally agora no final do mês de julho, (...) uma Etapa do Circuito Nacional de Futevólei, porque temos um novo equipamento na Aldeia Ruiva que permite a prática de desportos de areia e depois em outubro vamos ter outro de Ténis de Praia, para além de muitos outros.”</p> <p>“Escalada temos sempre no último fim de semana de outubro já há 15 anos, e é uma forma interessante de ver a evolução deste desporto no concelho, porque se no início estava muito concentrado num nicho, agora se não fosse a pandemia estávamos numa tendência de crescimento, já estávamos perto dos 80 participantes. Mas depois a pandemia acabou por afetar não são este desporto, mas numa maneira geral. (...) Nos últimos dois encontros foi acrescentada uma nova valência que é a Via Ferrata, apesar do encontro ser de Escalada acabamos por divulgar esta vertente na Serra das Talhadas”.</p>
--	---

	<p>“Eu acredito que a tendência do desporto vai ficar nos nossos eventos, este aliar das características do território à prática desportiva. Por exemplo, este ano a volta a Portugal em bicicleta vai passar em Proença-a-Nova e temos outras provas de ciclismo e de estrada também cá (...). Os bombeiros de Proença-a-Nova realizam anualmente um Passeio Todo-o-Terreno que também tem sempre muitos participantes. Temos também os clubes da terra, os Pênêvês e temos a Horizontes que é uma operador turístico que agora está a organizar a Ultramaratona PT281 e acaba também por fazer a promoção do território a esse nível. Realmente esta é uma área em que nós investimos muito.”</p>
<p>Eventos que contribuem para a atratividade turística do Município</p>	<p>Diversificação de eventos e apresentação de um cartaz variado para diferentes públicos</p> <p>“(...) eu acho que a par das nossas infraestruturas naturais e construídas os eventos são uma importante forma de atrair pessoas e nós vemos isso. É claro que nós gostaríamos de ter aqui um evento da dimensão do Festival do Crato, que é aqui bem perto ou do Meo Sudoeste, na Zambujeira do Mar, e como outros que há no norte, em Paredes de Coura e noutros locais. Nós vemos que as pessoas se movimentam para esses territórios e esses eventos atraem muitas pessoas. Nós não temos esse grande evento, a nossa Festa do Município não se pode comparar com um festival dessa natureza, vamos ter no próximo fim de semana um Festival de Rock, mas ainda assim a nossa aposta tem sido em diversificar. Organizar um evento dessa natureza também em termos de investimento e de custos não pode ser com o orçamento que temos para os eventos, naturalmente que isso acaba por influenciar o cartaz e as opções que apresentamos, por isso, se calhar, a estratégia neste momento não tem sido essa de investir num grande evento e sabemos que esses grandes eventos demoram até conseguirem obter esse grau de atratividade implicando um investimento de continuidade muito elevado. A aposta tem sido em diversificar os eventos porque efetivamente (...) no contexto regional nós somos bastante ativos e temos bastante oferta, ainda que essa oferta possa não ser conhecida de fora. Mas pelo menos esforçamo-nos por apresentar um cartaz variado e diversificado para diversos públicos e (...) não só para quem reside, também para quem nos visita, se bem que, a esse nível, claro, é sempre um trabalho que implica outro tipo de promoção.”</p>

<p>Eventos contribuem para que os turistas pernoitem no concelho</p>	<p>Existem dificuldades, por parte do Município, em perceber se os eventos contribuem para que os turistas pernoitem</p> <p>(...) por exemplo com os eventos desportivos como os que vão acontecer este fim de semana (...) e como foi o Proença-a-Nova CUP, trazem os familiares e acaba por ser uma forma de incentivar a que essas pessoas fiquem e quem sabe acabem por aproveitar o tempo que aqui estão para nos visitar e para conhecer. Existem outros eventos, por exemplo, (...) os atletas que vêm cá participar na PT281 também consomem no território e inclusivamente ficam cá alojados porque é uma prova que ocupa vários dias (...) Portanto, as pessoas que participam nas provas acabam também elas por consumir. Agora, em outros eventos notamos que há situações em que as pessoas acabam por vir passar férias cá e apercebem-se que há cá um evento, não sei se o evento é o motivo para as pessoas virem ou se as pessoas estando cá apercebem-se que o evento está a decorrer e vão participar, portanto acredito que sejam os dois fatores, mas acredito que também não tenha um impacto muito grande.”</p> <p>“(...) depende muito do evento, por exemplo, sabemos que o Ciência Viva nesta altura tem as ofertas do Verão em Rede que são divulgadas numa plataforma do Ciência Viva a nível Nacional e há certas atividades como é o caso do Garimpo do Ouro ou a atividade de descoberta do Vale do Almourão são atividades que esgotam muito depressa e vêm pessoas de fora, acabam por aliar um interesse particular (...). Nós efetivamente acabamos por não conseguir perceber em todos os eventos que realizamos se as pessoas que estavam cá vieram de propósito e se foram logo embora (...) essa certeza (...) teria que ser um trabalho a desenvolver com os alojamentos para perceber, também eles tem que nos dar esses dados e o seu feedback. Esta é uma das nossas dificuldades (...).”</p> <p>“(...) por exemplo, quando promovemos o Festival dos Sabores Caprinos nos restaurantes, no restaurante da Catraia o Sr. disse que houve pessoas que vieram de propósito para o restaurante, ou seja, vieram de propósito ao concelho por causa do Festival. Agora nós não temos dados para todos os eventos, nem conseguimos ter. Vamos tendo perceção. (...) efetivamente precisávamos, e isso é uma das lacunas que temos, de perceber quantas pessoas é que vem de</p>
---	--

	<p>propósito, quantas pessoas é que ficam, se a motivação é o evento ou o território, se acabam por ser os dois juntos e é um trabalho que tem que ser feito.”</p>
<p>Mecanismo de contabilização do número de participantes nos eventos</p>	<p>Grande parte dos eventos são gratuitos e não necessitam de inscrição</p> <p>“Nós não temos implementado esse mecanismo, ou seja, nos grandes eventos não conseguimos porque grande parte (...) dos nossos eventos são gratuitos. Portanto, a forma mais fácil de contabilizar o público é através da venda de ingressos, mas não fazemos venda de ingressos porque são gratuitos e então não temos esse sistema para os Festivais Gastronómicos, por exemplo, que são aqueles que movimentam mais pessoas, é sim por observação.”</p> <p>Eventos com maior número de participantes (quando existem inscrições)</p> <p>“Nos eventos com inscrições o que fizemos foi, nós participamos num programa que era um programa em rede chamado Beira Baixa Cultural e um dos objetivos desse projeto era realmente nós incrementarmos o tempo de estada dos visitantes do território e aumentar o número de visitantes ao território. Nestes eventos durante algum tempo fizemos inscrições gratuitas, mas obrigatórias, porém não era um evento de massas era um evento mais restrito, portanto nós até conseguimos perceber se as pessoas eram de cá ou se eram de fora, mas pelo volume não era um evento muito significativo em termos de audiência. Nós tivemos eventos com 20 pessoas, com 40 pessoas e com 80 pessoas (...) Depois vendemos bilhetes nos concertos que fazemos aqui nos Paços do Concelho e tivemos enchente quando veio cá o Ricardo Araújo Pereira, com o Nilton também tivemos enchente, mas lá está é difícil de precisar. São muitos poucos os eventos em que temos inscrição e em que a inscrição é obrigatória, fizemos mais isso durante a pandemia para controlar (...) o número de presenças (...)”.</p>
<p>Evento com mais edições</p>	<p>Festa do Município e Encontro de Escalada</p> <p>“Eu julgo que é a Festa do Município que já se faz há muitos anos de forma ininterrupta. Depois há outros eventos que tem algumas edições, por exemplo o Encontro de Escalada já tem 15 edições, os festivais gastronómicos são relativamente recentes (...)”</p> <p>Feira da Tigelada passou a ser promovida nos restaurantes aderentes</p>

	<p>“(…) nós fazíamos a Feira da Tigelada que estes últimos anos está só nos restaurantes (...) essa foi uma que se deixou de fazer fisicamente, no sentido de festival [devido à pandemia], (...) e já íamos para a 11ª/12ª edição.”</p> <p>“(…) como o ano passado o feedback dos restaurantes foi tão positivo nós este ano decidimos mantê-la como uma feira nos restaurantes.”</p>
<p>Eventos tem impacto tanto na restauração como no comércio local</p>	<p>Objetivo primordial do Município em grande parte dos eventos que organiza é que haja impacto no tecido económico local</p> <p>“É sempre esse o propósito do Município com a maior parte dos eventos que organiza (...) Sabemos que, por exemplo, quem vem à Festa do Município nem sempre consegue refeição (...) no espaço [da festa] porque acaba por estar sempre muito cheio e acabam por procurar outros espaços na vila. O nosso objetivo é mesmo esse, é criar mais valias para o comércio e para os alojamentos e restaurantes. É claro que há eventos que se prestam mais a isso do que outros, há eventos em que nós sabemos que vamos complementar uma oferta de animação e eu acho que também compete aos agentes económicos (...) potenciar aquilo que o Município faz (...) na minha perspetiva eu acho que os próprios agentes deviam aproveitar a boleia dos eventos que estão a ser desenvolvidos para também potenciarem os seus negócios (...). Eles (...) vão dizer que não sabem dos eventos com tempo suficiente de antecedência, mas há um calendário de eventos que é divulgado no início do ano, claro que vai sofrendo flutuações (...). Eu acho que teria de haver esse trabalho conjunto, às vezes dá-me a sensação que poderia ser feito mais alguma coisa nesta área. (...) Também da parte do Município em disponibilizar a informação mais cedo, se bem que se nós não o fazemos é porque não nos conseguimos desdobrar, mas criar circuitos de informação (...). Temos pelo menos uma reunião anualmente com os operadores turísticos e podemos sempre melhorar esta forma de comunicação e até, lá está, haveria também a necessidade de no outro lado eles fazerem esse trabalho.”</p>
<p>Eventos que decorrem no concelho fora da época alta</p>	<p>Nos meses mais frios (fora da época alta) existe uma maior dificuldade em atrair pessoas ao concelho, sendo os eventos nessa altura mais direcionados para a população local</p> <p>“(…) os eventos em novembro e dezembro são eventos mais direcionados para o público local (...). Acabamos por notar que como são eventos mais para o público</p>

	<p>local que nestas alturas, principalmente em novembro início de dezembro, estão muito dedicadas à apanha de azeitona há menos público (...) temos essa experiência e já organizámos eventos que depois tivemos que cancelar porque não tínhamos público e isso é realmente uma das nossas dificuldades (...). Mas fora da época alta os principais eventos que se destacam, em outubro, este ano, temos a Etapa do Circuito Nacional de Futevólei mas basicamente os eventos que temos de forma regular é o Festival de Teatro, são os Passeios Pedestres, que também são bastante procurados, e depois temos alguns eventos desportivos como a Cãominhada, temos (...) o Espetáculo do 4º Sábado, o Encontro de Escalada, que é sempre no último fim de semana de outubro. Em dezembro temos o Mercado dos Sabores de Natal que é também um evento a destacar porque tem impacto, (...) tudo o que tem gastronomia as pessoas acabam por valorizar muito (...). Em janeiro há os Janeireiros a par de outros eventos. Em fevereiro, este ano, organizámos o Festival dos Sabores Caprinos e Ovinos nos restaurantes, foi o segundo ano em que organizámos, e é um evento com impacto na restauração. Depois começamos a ter eventos desportivos o Rally da Cortiçada, em março temos também os eventos relacionados com a comemoração do Dia Mundial da Árvore. Enfim, tentamos sempre ter algum evento, se bem que a partir de maio é quando, também, notamos que há mais pessoas se bem que contamos muito com as pessoas que são da terra, mas que estão fora e acabam por participar. Mas sim, notamos que é mais difícil trazer visitantes nos meses frios e é também um trabalho que temos que fazer na vertente não só dos eventos, mas também do próprio turismo (...).”</p>
<p>Promoção das tradições, recursos locais e produtos endógenos nos eventos</p>	<p>Recuperação e promoção das tradições imateriais</p> <p>“Vou falar das tradições imateriais, o Município promove um encontro de Janeireiros e um encontro de Encomendação das Almas e é uma forma de recuperar tradições. Os Janeireiros não tanto porque ainda se cantam em muitas aldeias, mas a Encomendação das Almas já só se pratica em 6 aldeias e acredito que o encontro que fazemos está a ser importante para não deixarmos cair essa tradição, portanto há sempre essa preocupação. (...) Aquilo que tem acontecido é que normalmente quem participa são pessoas das localidades que vem acompanhar as mulheres que cantam e depois uma ou outra pessoa que está a passar na rua a essa altura e fica a ver. Não é um evento de massas nem um</p>

evento que traz muitas pessoas de fora (...) é uma forma de também tentar promover um evento que à partida sabemos que é importante fazer porque acaba por manter as tradições e nós vemos isso também no encontro de Janeireiros, vemos os jovens, crianças que acompanham os mais velhos, e se calhar também o fazem na aldeia mas vê-se essa intergeracionalidade nos grupos que vêm e é uma forma de valorizar, porque há eventos que sabemos que não vão ter muito público, mas cumprem outros objetivos e enquanto Câmara também temos de perceber que (...) é fundamental para as próprias comunidades sentirem que é importante manterem a tradição e é uma forma de os grupos conviverem.”

Promoção dos locais com histórias e das memórias

“(…) por exemplo, nesta versão 2.0 do Beira Baixa Cultural em que eles só apoiaram a vertente das Rotas das Visitas Guiadas e Encenadas tentámos fazer uma viagem por histórias e memórias e sempre relacionadas com as aldeias, com os locais onde eram feitas essas representações, por exemplo, fizemos uma sobre o Pedro da Fonseca que é uma forma de também dar a conhecer este filósofo, fizemos sobre o foral de Sobreira Formosa, (...) fizemos um reencontro de comunidades em que se abordou as memórias associadas à escola, à vivência na escola, na igreja, na fonte, locais que eram muito importantes nas aldeias antigamente porque eram os principais pontos de encontro.”

Promoção dos recursos locais e produtos endógenos

“(…) fazemos outros eventos como os da Beira Baixa Cultural. Houve um altura em que nós fazíamos relacionados com produtos tradicionais, por exemplo pusemos as pessoas a fazer queijo fresco e a ordenhar a cabra (...). Fizemos pão e broa de milho (...). Estes eventos foram muito interessantes e engraçados. Também fizemos eventos em que as pessoas fizeram tigeladas.”

Valorização das tradições e dos recursos

“Sempre que possível tentamos fazer esse casamento entre as tradições, sejam gastronómicas sejam de património imaterial e o evento em si para promover, no fundo valorizar, (...) a programação é sempre, para mim, mais interessante quando tem esta ligação ao território (...). Claro que há eventos que acabam por

	<p>não ter essa ligação tão direta, vamos ter no próximo fim de semana o Nada Temas Rock Fest, vai ser a primeira edição, mas algumas das bandas convidadas são do território, são músicos que vivem em Proença-a-Nova, na Sertã, nas proximidades e então acaba por fazer essa ligação por aí. E o próprio nome, “Nada Temas” é uma expressão que um bombeiro dizia com muita frequência (...) e acabámos por nos apropriar dessa maneira, ou seja, mesmo assim tentamos ir buscar qualquer coisa. Mas eu acho que acaba sempre por acontecer, por ser importante, pelo menos tem sido essa a opção dos nossos eventos.”</p>
<p>Eventos dos Municípios vizinhos que contribuem para o aumento da estada média e da afluência ao concelho de Proença-a-Nova</p>	<p>Necessidade de questionar os alojamentos sobre a contribuição que os eventos nos Municípios vizinhos tem para o aumento da estada média em Proença-a-Nova</p> <p>“Em relação aos eventos eu acredito que havendo eventos de maior dimensão e se esgotarem a capacidade dos alojamentos, sim (...). Mas lá está isto tem que ser uma questão direcionada para os alojamentos porque eles é que tem essa estatística e percebem se as pessoas estão em Proença-a-Nova porque querem ir a um evento vizinho (...)”.</p> <p>Não há a perceção da afluência de pessoas ao Município quando há festas nos Municípios vizinhos</p> <p>“Não tenho dados para perceber isso, porque lá está se só fosse essa maior afluência seria talvez nos serviços ou nos equipamentos. Nós temos o Ciência Viva que poderá dar estatísticas e dar alguma correlação e lá está o nosso museu também é de acesso gratuito, não sei se as pessoas também fazem o estudo dos visitantes, se coincide com eventos nos Municípios vizinhos, isso teriam que ser dados a observar. Mas empiricamente, na minha observação não vejo qualquer influência, também nunca prestei atenção, nunca fiz essa correlação, mas isso sou eu, se calhar outra pessoa poderá ter essa resposta (...)”.</p>
<p>Atratividade dos eventos</p>	<p>O que deve ser alterado para melhorar a atratividade dos eventos</p> <p>“Eu acho que de uma maneira geral estamos a cumprir o nosso papel enquanto promotor cultural ao apresentar eventos diversificados para públicos diversificados, a nível do desporto, turismo de natureza, gastronómicos aliando a tradição, teatro, cinema, música, performances... estávamos com uma dinâmica</p>

	<p>muito interessante que foi cortada com a pandemia. Não nos podemos esquecer que este é o primeiro ano após a pandemia e notámos que houve públicos que agora estão a demorar a voltar, principalmente as pessoas com mais idade, porque ainda se encontram resguardadas.”</p> <p>“Acredito que (...) efetivamente o nosso trabalho tem que passar por tornar os eventos mais conhecidos fora do Município e isso tem sido uma dificuldade nossa, porque acaba por ter que envolver verbas de publicidade e promoção e os nossos recursos são limitados. Ainda que, também, há eventos que nós assumidamente organizamos para as populações locais porque é importante criarmos públicos internamente, sem descurar nunca o público interno tentando sempre atrair público externo. Mas sim temos a ganhar se fizermos uma maior promoção além do distrito para envolver os eventos numa das formas de atração de turistas ao território, mas turistas que fiquem (...) que deixem dinheiro. Eu acho que isso é um caminho que estamos a começar a trilhar, mas temos muito caminho para percorrer e sugestões são sempre bem-vindas, não há soluções mágicas e é um trabalho que não se consegue de um dia para o outro e que tem que ser feito em rede. Acredito que os Municípios teriam a ganhar se fizessem a sua programação em rede, mas já sabemos que não é fácil (...) acho que temos condições para dar esse salto e ainda precisamos de fazer a nossa parte em algumas áreas.”</p>
<p>Eventos e o combate da sazonalidade</p>	<p>Necessidade de perceber as motivações dos turistas</p> <p>“Os eventos são sem dúvida importantes. Agora temos é que perceber o que é que motiva os turistas a deslocarem-se até aqui.”</p> <p>Elementos atrativos</p> <p>“Um dos fatores que atrai as pessoas até aqui é realmente a nossa natureza, os passeios pedestres, eu acho que é um produto que pode ser muito bem divulgado e tem potencialidade. É um produto que se mantém fora da época e nós temos paisagens lindíssimas no inverno. E nós temos trilhos de praia que podem ser descobertos em qualquer altura do ano e aliás um dos meus trilhos preferidos é o do Malhadal e no outono, no inverno e primavera é absolutamente lindíssimo. Aliás no verão até é capaz de ser a época do ano menos aconselhável por causa</p>

	<p>do calor e porque a vegetação está seca, tirando a vegetação dentro da ribeira. Nós temos muito potencial para ser aproveitado.”</p> <p>Eventos realizados com regularidade e importância da comunicação</p> <p>“Temos eventos que são regulares como o Festival de Teatro, o Espetáculo do 4º Sábado, o Passeio Pedestre que se repete todos os meses na época baixa, portanto já temos aqui coisas a acontecer quase todos os fins de semana. É sempre importante darmos essa possibilidade, agora tem muito a ver com o tipo de comunicação que queremos fazer. O público da escalada vem por causa do encontro, acaba por ficar durante o fim de semana (...) e depois se calhar até pode voltar. Se tivermos um grande evento como o Mercado dos Sabores de Natal é mais para o público interno, não sei até que ponto temos pessoas de outros lados, que vem de propósito, mas para o Passeio Pedestre que coincide com o Mercado dos Sabores de Natal nós temos muitas pessoas, é o nosso passeio que tem mais participantes.”</p> <p>Impacto da COVID-19</p> <p>“Agora depois da pandemia estamos a notar (...) que as pessoas estão ainda um bocadinho reticentes. Eu acho que sim, que os eventos podem potenciar.”</p>
--	--

Fonte: Elaboração própria a partir da informação obtida durante a entrevista realizada (2022)

2.Procura turística

Com a investigação realizada através da aplicação dos inquéritos por questionário percebeu-se que a natureza é a motivação principal para a escolha do destino Proença-a-Nova, preferência selecionada por 66,1% dos inquiridos (gráfico 5). A gastronomia e a visita a familiares seguem-se como motivações privilegiadas por parte dos indivíduos alcançando uma percentagem de 37,6% e 36,7%, respetivamente. A praia (22,0%) e o património (19,3%) possuem também alguma relevância para a motivação de viagem dos indivíduos. Em contrapartida a motivação spa/termas e congresso não fazem parte da motivação de nenhum dos respondentes.

As motivações que tiveram uma maior relevância na preferência pelo destino Proença-a-Nova por parte dos visitantes (tabela 13), isto é, que foram extremamente importantes na decisão de viagem, prendem-se sobretudo com “apanhar ar puro” (67,3%); “apreciar a paisagem do destino” (65,5%); “estar em contacto com a natureza” (63,6%); “desfrutar do ambiente natural” (62,7%); “relaxar” (57,3%) e “afastar-se da rotina do quotidiano” (56,4%). Em contrapartida, os inquiridos consideraram como nada

importante os “motivos profissionais” (70,9%); “voltar às origens” (40,91%); “participar em eventos culturais” (38,2%) e “passar tempo sozinho” (32,7%).

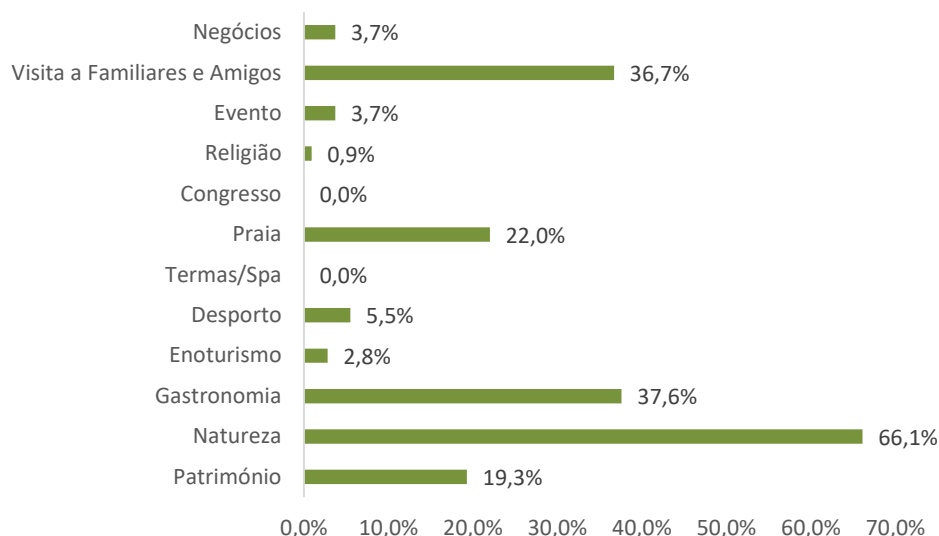


Gráfico 5 Motivação de escolha do destino Proença-a-Nova

Em termos de perceção de imagem (tabela 14) que os indivíduos têm do destino Proença-a-Nova percebeu-se que o atributo “ar puro” é aquele que o destino “oferece muito” sendo a escolha da grande maioria dos respondentes (86,4%), não existindo nenhum indivíduo a considerar a escala mais baixa de “oferece muito pouco”. A “paisagem natural” a par da “proximidade e contacto com a natureza” apresentam-se como qualidades que o destino mais oferece, alcançando a mesma percentagem (75,5%). De forma semelhante a “qualidade ambiental” é outra característica que grande parte dos inquiridos consideram que o território “oferece muito” (71,8%), não existindo nenhum indivíduo a considerar a escala “oferece muito pouco”. O “silêncio e paz” são outro atributo a destacar (70%), tal como a “sensação de calma e tranquilidade” (63,6%) e a “hospitalidade da população local” (63,6%).

Tabela 13 Percentagem das escalas de motivação para a escolha do destino Proença-a-Nova

Motivação	Escala				
	1	2	3	4	5
Desfrutar do ambiente natural	5,45	0,91	6,36	24,54	62,73
Trilhos e caminhadas em ambiente natural	6,36	10	20	30	33,64
Afastar-se da rotina do quotidiano	3,64	1,82	9,09	29,09	56,36
Apreciar a paisagem do destino	4,55	1,82	5,45	22,73	65,45
Apanhar ar puro	3,64	0,91	9,09	19,09	67,27

Afastar-se das notícias da comunicação social, incluindo televisão e internet	14,55	7,27	31,82	27,27	19,09
Experimentar uma tipologia de turismo diferente	13,64	7,27%	19,09	34,55	25,45
Praticar atividade física	16,36	14,55	34,55	19,09	15,45
Conhecer pessoas novas	17,27	16,36	35,45	18,18	12,73
Passar tempo sozinho	32,73	13,64	19,09	23,64	10,91
Aumentar a proximidade com familiares e amigos	16,36	10,91	14,55	22,73	35,45
Realizar atividades de aventura	20	18,18	24,55	20,91	16,36
Visitar locais que não conhecia	7,27	5,45	8,18	27,27	51,82
Estar em contacto com a natureza	4,55	0,91	4,55	26,36	63,64
Motivos profissionais	70,91	9,09	8,18	3,64	8,18
Participar em eventos culturais	38,18	16,36	22,73	16,36	6,36
Ir a lugares com características históricas, culturais e riqueza patrimonial	10,91	11,82	16,36	38,18	22,73
Voltar às origens	40,91	9,09	12,73	19,09	18,18
Relaxar	4,55	0	7,27	30,91	57,27
Melhorar a saúde	9,09	6,36	23,64	30,91	30
Prestígio do território	11,82	8,18	27,27	32,72	20

Tabela 14 Percentagem das escalas para o nível de oferta de Proença-a-Nova para cada um dos atributos listados

Escala	1	2	3	4	5
Atributos					
Ar puro	0	0,91	2,73	10	86,36
Ambiente familiar	0,91	3,64	13,64	34,55	47,27
Património histórico	4,55	9,09	27,27	30,91	28,18
Fuga à rotina	0,91	0,91	4,55	33,64	60
Gastronomia local	0,91	3,64	14,55	30	50,91
Património cultural	4,55	6,36	29,09	34,55	25,45
Atrações naturais	2,73	0,91	12,73	28,18	55,45
Experiência autêntica e genuína	1,82	4,55	11,82	44,55	37,27
Recordações/Memórias do passado	20,91	10	21,82	22,73	24,55
Boa qualidade de vida	1,82	0,91	11,82	40	45,45

Ritmo de vida mais lento	2,73	0	8,18	30,91	58,18
Isolamento do território	4,55	3,64	20	39,09	32,73
História e lendas locais	9,09	6,36	30,91	36,36	17,27
Contacto com a vida rural local	2,73	2,73	16,36	40,91	37,27
Autenticidade	4,55	1,82	10	40	43,64
Oportunidades de interação social	8,18	8,18	20,91	38,18	24,55
Sensação de calma e tranquilidade	0	0,91	2,73	32,73	63,64
Qualidade ambiental	0	2,73	2,73	22,73	71,82
Paisagem natural	0,91	0,91	5,45	17,27	75,45
Proximidade e contacto com a Natureza	0,91	0,91	0,91	21,82	75,45
Tempo para estar com a família	7,27	1,82	12,73	25,45	52,73
Tradições locais	4,55	5,45	20,91	40	29,09
Silêncio e paz	0,91	0	6,36	22,73	70
Estilo de vida saudável	0,91	0	6,36	34,55	58,18
Paisagem cultural	2,73	3,64	22,73	30	40,91
Hospitalidade da população local	0,91	0,91	9,09	25,45	63,64

Em termos de perceção de imagem que os indivíduos têm do destino Proença-a-Nova percebeu-se que a grande maioria dos inquiridos classificaram o concelho como “agradável” (74,5%), “relaxante” (54,5%) e “positivo” (54,5%). Alguns dos respondentes consideram o território como “feliz” (45,5) e “novo” (35,5%). Para determinados visitantes o destino nem é “parado” nem é “excitante” (35,5%) e nem é “adormecido” nem é “desperto” (39,1%). Outros respondentes (36,4%) acreditam que o destino é mais “divertido que “aborrecido”.

No que concerne à ligação ao destino entendeu-se que a maioria dos respondentes (62,7%) recomendaria o destino Proença-a-Nova para visitar e tenciona regressar ao concelho (61,8%). Relativamente ao grau de satisfação para com o território em análise apurou-se que 48,2% dos visitantes se encontram “muito satisfeitos” com a qualidade da visita no concelho, da mesma forma 49,1% estão “muito satisfeitos” com a qualidade de vida em Proença-a-Nova. No que concerne à qualidade das experiências vividas no destino constatou-se que 43,6% dos inquiridos estão “satisfeitos” e 42,7% encontram-se “muito satisfeitos”.

Como se observa na tabela 15 o inquérito por questionário foi realizado a uma amostra de 110 indivíduos de diferentes faixas etárias. A amostra demonstra um desequilíbrio relativamente ao género (42,7% dos participantes são do sexo masculino, 56,4% do sexo feminino e 0,9% caracterizaram-se como

sendo de outro género). Relativamente à geração em que se inserem, verificou-se que 16,4% dos respondentes pertencem ao grupo dos *Baby Boomers*, 48,2% integra a *Generation X* e 35,5% pertence à geração dos *Millennials*. A grande maioria dos visitantes é de nacionalidade portuguesa (91,8%), todavia o inquérito por questionário foi também respondido por indivíduos de nacionalidade belga, francesa, brasileira holandesa, inglesa e com dupla nacionalidade. A região de proveniência dos respondentes é sobretudo de Portugal Continental mais precisamente Lisboa (37,3%), Centro (26,4%) e Norte (14,5%). No que concerne às habilitações literárias, apurou-se que a maioria dos inquiridos frequentou o Ensino Superior (62,7%) e 27,3% estudou até 12 anos de escolaridade, inclusive. Um grupo reduzido de respondentes fez a escolaridade apenas até aos 9 anos, inclusive (7,3%) e até aos 6 anos, inclusive (2,7%). Por fim, considerando a ocupação profissional apurou-se que 35,5% dos inquiridos integra funções no quadro médio/superior; 17,3% são funcionário/a(s) comercial ou administrativo; 13,6% assumem-se como profissionais liberais; 12,7% dos indivíduos são empresário/a(s) em nome individual; 10% dos respondentes assumem a função de operário/a(s); 8,2% são pensionista/reformado/a(s) e apenas 2,7% são estudantes, não existindo nenhum visitante a desempenhar a função de doméstica/desempregado(a).

Tabela 15 Caracterização dos respondentes ao inquérito por questionário

	<i>n</i>	%
Género		
Homem	47	42,7%
Mulher	62	56,4%
Outro	1	0,9%
Ano de nascimento		
Baby Boomers (1946-1964)	18	16,4%
Generation X (1965-1982)	53	48,2%
Millennials (1982-2004)	39	35,5%
Nacionalidade		
Portuguesa	101	91,8%
Belga	2	1,8%
Francesa	2	1,8%
Brasileira	1	0,9%
Holandesa	1	0,9%
Inglesa	1	0,9%
Dupla nacionalidade	2	1,8%
Região de proveniência		

Norte	16	14,5%
Centro	29	26,4%
Lisboa	41	37,3%
Alentejo	4	3,6%
Algarve	1	0,9%
Madeira	1	0,9%
Holanda	1	0,9%
Bélgica	2	1,8%
Brasil	2	1,8%
França	4	3,6%
Espanha	1	0,9%
Suíça	7	6,4%
Reino Unido	1	0,9%
Habilitações literárias		
Até 6 anos de escolaridade, inclusive	3	2,7%
Até 9 anos de escolaridade, inclusive	8	7,3%
Até 12 anos de escolaridade, inclusive	30	27,3%
Ensino Superior	69	62,7%
Ocupação profissional		
Empresário(a) em nome individual	14	12,7%
Profissional liberal	15	13,6%
Quadro médio/superior	39	35,5%
Funcionário(a) comercial ou administrativo	19	17,3%
Operário(a)	11	10,0%
Pensionista/Reformado(a)	9	8,2%
Doméstica/Desempregado(a)	0	0%
Estudante	3	2,7%

Com o presente estudo compreendeu-se que mais de metade dos inquiridos (50,9%) já visitou mais de 3 vezes o território em estudo, porém é importante ressaltar que uma percentagem significativa (38,2%) se encontrava a visitar o destino Proença-a-Nova pela primeira vez (gráfico 6).

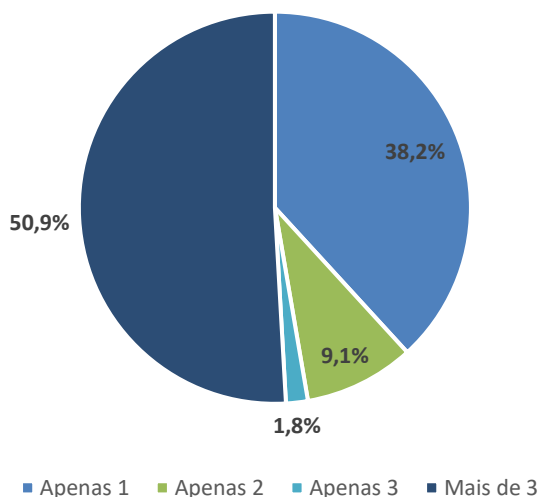


Gráfico 6 Percentagem de vezes que os inquiridos visitaram Proença-a-Nova

Relativamente à duração da viagem no destino (gráfico 7), tendo em conta o número de noites, foi perceptível que 28,2% dos indivíduos pernitoiu mais de 5 noites no Município de Proença-a-Nova, seguindo-se os indivíduos que ficaram no território 2 noites (24,5%). Dos respondentes apenas 3,6% não pernitoiu no destino. O grupo de viagem (gráfico 8) preferencial para visitar o destino foi o familiar (55,5%), seguindo-se as estadas com o companheiro (30%). Alguns indivíduos viajaram sozinhos (12,7%) e outros apenas com os filhos (9,1%). Com uma relevância menos significativa encontram-se as viagens com amigos e em grupo organizado (3,6% e 1,8% respetivamente).

Através da investigação realizada aferiu-se que a internet (46,4%) a par da recomendação de familiares e amigos (44,5%) são a principal fonte de informação para a escolha do destino Proença-a-Nova e as fontes menos utilizadas foram a publicidade (0%), folheto/brochura, indicação de agência de viagem e feiras, todas com uma percentagem pouco significativa de apenas 0,9%, respetivamente. Consultando a gráfico 9 identificam-se os valores percentuais para cada uma das fontes de informação utilizadas para a escolha do destino.

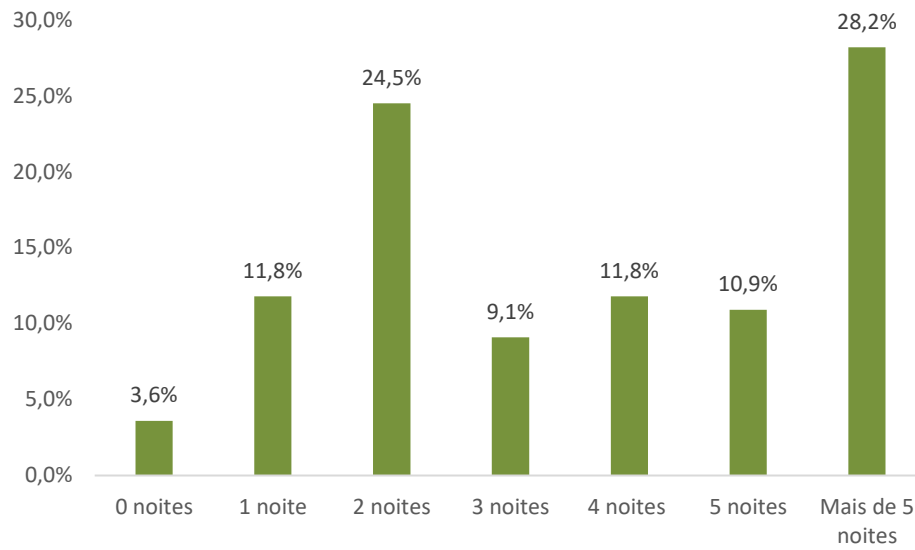


Gráfico 7 Percentagem de noites que os inquiridos ficaram no destino Proença-a-Nova

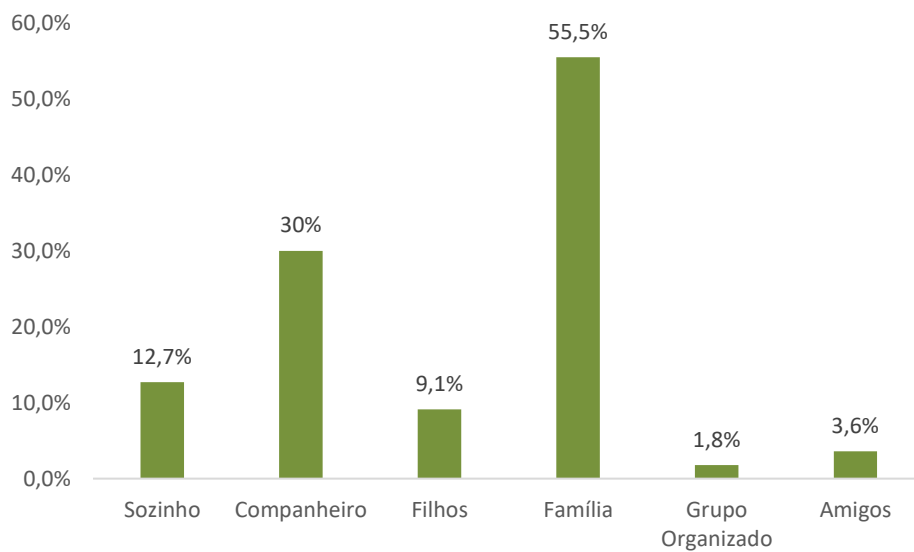


Gráfico 8 Constituição do grupo de viagem dos indivíduos que visitaram Proença-a-Nova

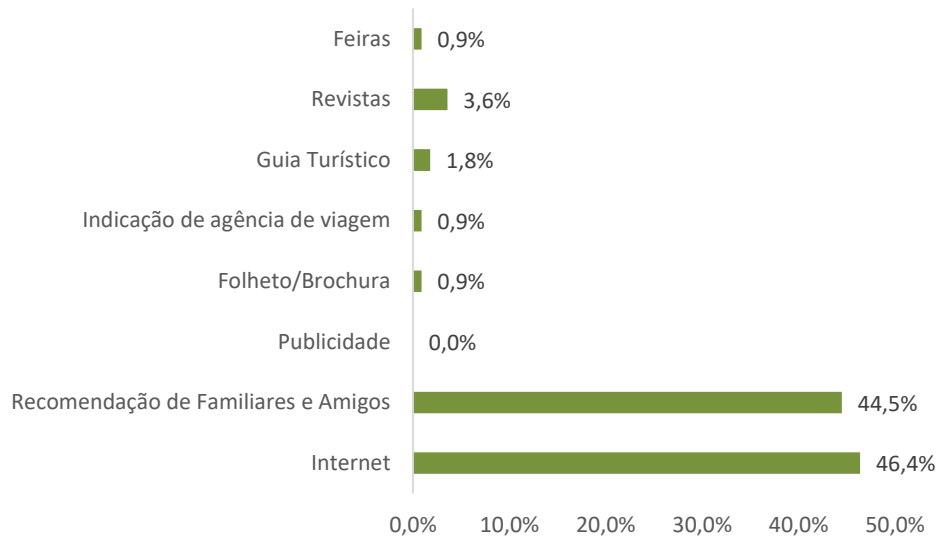


Gráfico 9 Principal fonte de informação utilizada pelos inquiridos para a escolha do destino Porença-a-Nova

Conclusões

1. Discussão de Resultados

A oferta turística deve apresentar um conjunto de características particulares que a distingam da oferta de outra qualquer atividade, potenciando a diferenciação entre os vários destinos turísticos. A oferta turística refere-se ao aprovisionamento dos elementos fundamentais para a atividade turística dos destinos, destacando-se por serem elementos de atração de visitantes. Os turistas são elementos imprescindíveis para o sistema turístico, pois é em torno das suas expectativas, necessidades e comportamentos que se configura todo o sistema. Como sabemos a procura turística encontra-se relacionada com o processo de tomada de decisão dos indivíduos quando organizam as suas viagens, dependendo de uma diversidade de fatores motivacionais, da imagem que têm de determinado destino e da perceção de risco que associam à viagem.

A partir da investigação realizada conclui-se que a motivação principal dos visitantes ao destino Proença-a-Nova é a natureza. As praias fluviais apesar de não serem um dos principais motivos de atração ao território apresentam-se como um dos ex-líbris do concelho de Proença-a-Nova sendo reconhecidas pela Quercus. Estas encontram-se envolvidas na natureza e são detentoras de uma beleza natural singular, podendo inserir-se na motivação de natureza. O território em estudo integra, também, o *Geopark* Naturtejo da Meseta Meridional possuidor de valores naturais peculiares e diferenciadores, sobressaindo o geomonumento das Portas do Almourão e o Miradouro Geomorfológico das Corgas. No destino encontram-se homologados 7 percursos pedestres de pequena rota que assumem uma grande importância e atravessam sítios com bastante interesse natural, cultural, histórico e etnográfico. A grande rota da Cortiçada encontra-se dividida em sete etapas que possibilitam aos visitantes conhecer o concelho permitindo promover a permanência de turistas no território. Tanto as praias fluviais como os percursos pedestres que se inserem no turismo de natureza *soft* permitem aos visitantes apanhar ar puro, apreciar a paisagem do destino, estar em contacto com a natureza, desfrutar do ambiente natural e relaxar, motivações que tiveram grande relevância, por parte dos visitantes, na preferência pelo destino Proença-a-Nova.

Verificou-se que os produtos gastronómicos são dos elementos mais distintivos e diferenciadores do concelho e a gastronomia assumiu-se como uma das principais motivações de visita ao concelho. O Maranho e a Tigelada são os produtos mais reconhecidos, identificando-se como símbolos do território. De ressaltar que o Maranho, em 2022, conquistou, na categoria Cozinha Tradicional Portuguesa, o Prémio Cinco Estrelas Regiões (Prémio Cinco Estrelas Regiões, 2022). Para a promoção da Tigelada era realizada a Feira da Tigelada, mas devido à pandemia de COVID-19, passou a ser promovida apenas nos restaurantes aderentes, tal como o Festival dos Sabores Caprinos e Ovinos que foi realizado, em 2022, pelo segundo

ano nos restaurantes aderentes. Todavia, acredito ser importante para o território voltar a promover a Feira da Tigelada enquanto evento, pois é um elemento diferenciador do território e de grande procura, podendo promover a deslocação de visitantes até ao destino. E como se averiguou com a aplicação dos inquéritos por questionário a gastronomia é uma motivação privilegiada pela procura turística. Percebeu-se que ocorrem de forma regular, pelas várias freguesias do concelho, Festivais Gastronómicos cujo intuito é destacar os produtos gastronómicos que tenham alguma relevância nas freguesias em que se realizam, o que considero ser uma iniciativa importante tanto na divulgação dos produtos gastronómicos como na atração de visitantes ao município. Em termos de eventos relacionados com a gastronomia, para além dos Festivais mencionados destaca-se o Mercado dos Sabores de Natal em que a doçaria de Natal prevalece.

Para além dos Festivais Gastronómicos, com o propósito de promover os produtos endógenos e para que a população e os visitantes os possam adquirir, o Município de Proença-a-Nova desenvolveu a marca Proença-a-Nova Origens que se caracteriza por ser *“um selo de qualidade que reconhece: produtos e serviços, que combinam o melhor da tradição com o que os novos tempos vão trazendo de inovador”* (Proença-a-Nova Origem, 2021).

O património assumiu alguma importância nas motivações de viagem e o destino reúne um conjunto de roteiros culturais dos quais fazem parte o Roteiro das Artes, a Rota dos Lagares e a Rota de Turismo Militar. O Roteiro das Artes é composto por diversas obras distribuídas pelo território. A Rota dos Lagares é de carácter temporário porque só está em funcionamento na altura em que os lagares se encontram em laboração, nos meses de novembro e dezembro. A Rota de Turismo Militar foi desenvolvida pela Associação de Turismo Militar em parceria com os Municípios portugueses que são detentores de património militar. Para além dos Roteiros e Rotas mencionados, anteriormente, existem o Roteiro de Arte Cortiçada que é um projeto financiado pela DGArtes que *“nasce da vontade dos Municípios de Proença-a-Nova, Oleiros e Sertã em contribuir para uma inversão da desertificação do território através de uma aposta consistente na cultura”* (Marques de Aguiar, Arquitectura e Urbanismo, 2022) e o Roteiro Nas Linhas de Água desenvolvido entre o ano 2020 e 2021, no qual sobressai a Menina dos Medos e a Magma Cellar. Proença-a-Nova integra o projeto cultural ESPORO, realçando-se no destino a obra “Graça III” no Cabeço dos Três Marcos; a peça “Coroa” na Ribeira do Vale de Água; a obra “O Regolfo” na aldeia do Padrão e a peça denominada de “A Lenda” no Miradouro das Corgas. Todas estas rotas e roteiros permitem aos visitantes conhecer o património histórico, cultural, arqueológico e arquitetónico presente no concelho, porém existe a necessidade de uma maior divulgação e promoção. Acredito, igualmente, ser essencial uma gestão integrada do património para que seja possível aos visitantes saberem da sua existência e para que o possam visitar com facilidade.

A oferta de turismo desportivo e de aventura é bastante variada e é detentora de grande destaque no Município, todavia teve pouca importância na motivação de viagem por parte dos inquiridos. O concelho de Proença-a-Nova é detentor de quatro percursos de BTT marcados e de forma a complementar a oferta de BTT foi desenvolvido um percurso de BTT ENDURO, na Serra das Talhadas. Existem, igualmente, condições para a prática de escalada tendo sido criada a Via Ferrata que integra um projeto de valorização da Serra das Talhadas.

Os eventos são também elementos importantes da oferta turística de Proença-a-Nova e apresentam-se como uma forma de atrair turistas e de promoção do destino. Com a informação conseguida compreende-se que o evento com maior destaque no Município de Proença-a-Nova é a Festa do Município que ocorre todos os anos no mês de junho, contudo não se pode equiparar a um grande evento. No Município, com alguma periodicidade ocorrem outros eventos que apesar de terem uma menor dimensão, em algumas situações atraem visitantes como são exemplos os Passeios Pedestres, o Encontro de Escalada, o Encontro de o Passeio Todo-o-Terreno (TT), a PT281+Ultramarathon e a Descida do Rio Ocreza. Estes eventos são detentores de grande relevância e são uma forma de complementar a permanência no território, apesar de não ser a motivação principal dos respondentes ao inquérito por questionário tem bastante relevância para o território.

A gastronomia é o tema dos principais eventos sendo aqueles que envolvem mais recursos, existindo sempre uma preocupação por parte do Município de relacionar nos seus eventos as tradições, sejam gastronómicas sejam de património imaterial procurando promover e valorizar os seus recursos. Os eventos de cariz desportivo são também promovidos pelo Município existindo uma grande oferta desta tipologia de eventos e apresentam-se como elementos atrativos do território, dada a potencialidade existente no que concerne à atividade desportiva.

Com a investigação realizada apurou-se que os elementos que mais se distinguem na oferta turística de Proença-a-Nova são as Praias Fluviais e a Serra das Talhadas, mais concretamente a oferta de turismo Fluvial, de Natureza e Aventura. Todavia, percebeu-se, também, que existe a falta de uma estratégia coesa e é necessária uma maior valorização do território. É igualmente essencial que haja uma estratégia conjunta entre todos os Municípios para que todos possam tirar proveito da atividade turística. Entre 2017 e 2021 foi desenvolvido o projeto Produtos Turísticos Integrados (PTI's): “Beira Baixa: 3 Dias. 3 Experiências”, com o objetivo principal de captar fluxos turísticos, “considerando o desenvolvimento sustentável do território, a valorização dos recursos endógenos e a estruturação de uma oferta turística integrada” (Comunidade Intermunicipal Beira Baixa, 2022), contudo acredito que seja fundamental para os territórios a criação de projetos com maior relevância para os destinos, ou seja, que possam atrair fluxos turísticos que pernoitem no território de modo a combater a sazonalidade e aumentar a estada

média da Beira Baixa, dado que desde 2014 a estada média nunca se aproximou das 3 noites como se pretendia com o projeto realizado e apenas no ano de 2021 alcançou o valor mais aproximado das 2 noites (1,91). Este projeto, em termos de estada média, também não teve muita importância para Proença-a-Nova, uma vez que durante o período em que esteve em vigor a estada média não ultrapassou as 2 noites, sendo o valor mais elevado o que ocorreu ano de 2018 (1,96). Da mesma forma, julgo ser importante que o Município de Proença-a-Nova desenvolva projetos de parceria não só entre os Municípios que integram a Comunidade Intermunicipal da Beira Baixa (Castelo Branco, Idanha-a-Nova, Oleiros, Penamacor, Proença-a-Nova e Vila Velha de Rodão), mas também com os concelhos limítrofes como são exemplo a Sertã e Mação que integram a sub-região do Médio Tejo.

No que concerne aos eventos o Município tem uma preocupação com o impacto que os eventos têm para a economia local, procurando realizar eventos mesmo durante a época baixa, apesar de ser difícil atrair visitantes. Porém, ainda que aconteçam alguns eventos ao longo do ano, acredito ser fundamental a realização de eventos que permitam o conhecimento do território e do património, na vertente de turismo de natureza, tal como eventos que permitam a vivência de experiências únicas e autênticas. Da mesma forma, considero importante que os eventos atraiam indivíduos que pernoitem no território, uma vez que na maioria dos eventos participa a população residente ou excursionistas o que acaba por ter pouco impacto no crescimento turístico do Município. Percebe-se que é importante combater a sazonalidade que afeta o território, não só no que diz respeito aos eventos, mas relativamente a toda a atividade turística. É, também, essencial existir uma maior promoção dos eventos para além do distrito em que se insere, de forma a atrair um maior número de pessoas ao destino. Esta é, segundo uma das técnicas de turismo, uma das dificuldades enfrentadas, pois os recursos são limitados e para a promoção dos eventos são necessárias grandes verbas. Considero que é fundamental para o destino uma melhor dinamização dos eventos para que estes possam contribuir para o aumento da estada média ao longo do ano atraindo visitantes. Além do mais, é fundamental aliar a realização de eventos a outras potencialidades do território para que as pessoas retornem ao território e contribuam para a sustentabilidade não só ambiental, mas também económica e social/cultural de modo a que as comunidades locais possam beneficiar da atividade turística.

A natureza assume-se como o elemento de maior importância e todos os atributos relacionados com esta tipologia de turismo. Os visitantes procuram o destino Proença-a-Nova essencialmente para desfrutar e descansar em contacto com a natureza, tal como afastar-se da rotina do quotidiano, o que vai ao encontro das tendências de mercado pois os indivíduos que vão preferem atividades que *“proporcionem uma experiência em comunhão com a natureza, num ritmo mais lento, permitindo quebrar a rotina citadina”* (IPDT- Turismo e Consultoria, 2021, p.19), prevalecendo o efeito da pandemia de fugir

dos grandes centros urbanos optando-se por territórios de baixa densidade e destinos que permitam contactar, descobrir a natureza e realizar atividades *outdoor*.

Apesar da vasta oferta turística presente no Município de Proença-a-Nova, considero que existe a necessidade de uma maior dinamização, potenciando os recursos existentes. O segmento de turismo de natureza predomina, no entanto, acredito que seria fundamental dar a conhecer um pouco mais da oferta do Município através da realização de eventos. Os eventos poderiam ser uma forma de aumentar a estada média, proporcionando aos participantes experiências autênticas, dando a conhecer o melhor que Proença-a-Nova tem para oferecer.

A imagem que os turistas têm do destino é importante para a tomada de decisão, dado que a maneira como se imagina determinado lugar tem influência na escolha do destino para o qual se pretende viajar e é interpretada de formas díspares pelos turistas consoante a sua proximidade ou distanciamento ao destino. Com a investigação entendeu-se que os visitantes tem uma imagem positiva do destino Proença-a-Nova classificando-o como agradável, relaxante e positivo. O destino Proença-a-Nova é detentor de atributos que transmitem aos turistas uma imagem de qualidade e de ligação ao território, pois os inquiridos revelaram que se sentem satisfeitos com a viagem realizada, uma vez que a maioria recomenda o destino e pretende regressar e encontram-se satisfeitos com a qualidade das experiências vividas no destino. Da mesma forma, constatou-se que existe um retorno de visitantes ao destino o que evidencia a ligação e a satisfação da qualidade da visita.

Uma particularidade a salientar é o facto de um número significativo de respondentes pertencer ao grupo da *Generation X*, nascidos entre 1965-1982, com idades compreendidas entre os 40 e os 57 anos, e a grande maioria deter elevadas habilitações literárias tendo frequentado o Ensino Superior exercendo funções de quadro médio/superior. O perfil sociodemográfico dos respondentes pode ser importante para as empresas de turismo do município segmentarem os seus mercados, dado que a identificação do segmento de mercado é essencial para o desenvolvimento de estratégias de comunicação associadas a um destino. Percebeu-se que a grande maioria dos visitantes é de nacionalidade portuguesa o que vai ao encontro da informação do Instituto Nacional de Estatística de que o mercado nacional é o que tem maior significância no Município de Proença-a-Nova.

De ter em consideração que o município deve investir cada vez mais no marketing digital, dado que a promoção do território através da internet, foi a principal fonte de informação utilizada pelos inquiridos para a escolha do destino Proença-a-Nova. A recomendação de familiares e amigos são outra das principais fontes de informação e julgo ser essencial continuar a promover a qualidade da experiência turística usufruída no Município para que os visitantes se sintam satisfeitos de maneira a regressarem, dado que a melhor forma de promoção de um destino é o *word of mouth*.

2. Implicações para a Ciência

Neste subcapítulo serão expostos os principais contributos que o presente estudo tem para a atividade turística no Município de Proença-a-Nova. Este estudo contribuiu com a apresentação de uma revisão de literatura atualizada, com artigos recentes, permitindo uma melhor perceção sobre o sistema turístico e as tendências do mercado turístico e uma melhor compreensão da atividade turística do território em estudo.

Até ao momento existem poucos estudos na literatura sobre a atividade turística no Município de Proença-a-Nova, nomeadamente, sobre a oferta e procura turística. A presente investigação torna-se, assim, inovadora, uma vez que aborda tanto a oferta turística, tal como é realizada uma análise da procura turística do destino Proença-a-Nova. A aplicação dos inquéritos por questionário complementaram os dados sobre a procura turística do Instituto Nacional de Estatística de forma a perceber como se caracterizam os visitantes que escolhem Proença-a-Nova.

Este estudo poderá ser uma ferramenta de apoio e de suporte para a gestão privada como são exemplo os alojamentos locais, empreendimentos turísticos, restaurantes e empresas de animação turística para que tenham um conhecimento integrado da atividade turística do destino e um entendimento aprofundado sobre quem procura Proença-a-Nova, as suas motivações de viagem, a imagem que têm de Proença-a-Nova e a ligação que têm ao território. Desta forma, poderão basear a sua oferta e adaptar a comunicação dos seus produtos à procura turística, tendo em consideração que o concelho é um território de baixa densidade que tem como principal oferta as atividades *outdoor* de turismo de natureza, fluvial e aventura/desportivo sendo esta uma das tendências do mercado turístico. Também, para a gestão pública esta investigação é crucial, dado que integra os elementos da oferta e procura turística do território. Como existem poucos estudos sobre o destino, esta investigação é, também, uma forma de o dar a conhecer a potenciais visitantes.

Sugiro, desta forma, a realização de eventos na época baixa e a sua promoção é crucial para que haja uma maior divulgação dos recursos turísticos. É também essencial complementar a oferta de turismo fluvial com outras ofertas de turismo *outdoor* e turismo arqueológico e cultural. As empresas de animação turística sediadas no concelho deveriam promover uma estratégia coesa integrando todas as tipologias de turismo que existem no território na sua oferta de atividades, não se vocacionando apenas em áreas específicas, uma vez que para além das atividades de natureza e aventura existe uma grande diversidade de património cultural, arqueológico e militar. Os Municípios que integram a Sub-Região da Beira Baixa deveriam cooperar mais na divulgação da oferta turística do território e na realização de eventos de modo a aumentarem a estada média não só na Beira Baixa, mas em todos os concelhos que integram a Sub-Região.

3. Limitações e futuras linhas de investigação

Apesar do cumprimento, de uma forma geral, de todos os objetivos da investigação, existiram algumas limitações na realização do presente relatório que se podem identificar.

Considero ser fundamental que o inquérito por questionário seja traduzido para outras línguas, embora a procura turística de Proença-a-Nova seja maioritariamente proveniente do mercado nacional, tendo em consideração os dados do Instituto Nacional de Estatística. O número de respostas e o período de aplicação do inquérito por questionário foram uma das limitações pois existiram algumas dificuldades por parte dos alojamentos locais, empreendimentos turísticos e do posto de turismo em obter respostas, tendo o número de respostas ficado aquém do expectável. Assim, no futuro seria importante aumentar o período de aplicação dos questionários e a forma de aplicação.

Outra limitação prendeu-se com o facto de existir a necessidade de se recolher mais informação sobre a procura turística de Proença-a-Nova, dado que é essencial perceber onde os visitantes ficam alojados, se em alojamento turístico, empreendimento turístico ou em casa de familiares ou amigos. Deste modo, em investigações futuras seria crucial incluir mais questões no inquérito por questionário. Também, seria relevante conhecer a procura turística não só de Proença-a-Nova, mas dos outros municípios que integram a Sub-Região da Beira Baixa de modo a realizar uma investigação comparativa entre todos, com o intuito de perceber se as motivações são idênticas para todos os municípios e se a imagem que os visitantes têm é semelhante. Outra componente importante a considerar futuramente é a perceção que as comunidades locais têm da atividade turística do destino de modo a adaptar a estratégia turística do Município de forma sustentável para que a população possa beneficiar com atividade turística.

4. Sugestões e estratégias de desenvolvimento para a Turismo Centro de Portugal

No presente ponto encontram-se sugestões e estratégias de desenvolvimento para a Turismo Centro de Portugal na sub-Região da Beira Baixa, numa lógica de oferecer à entidade de estágio elementos para a definição de uma estratégia mais adequada às características do território em estudo.

Existem diversos recursos do território que não possuem muito destaque, sendo essencial dar-lhes visibilidade através do desenvolvimento de produtos turísticos diferenciadores, pois os turistas procuram cada vez mais envolver-se na atividade turística e ter experiências únicas e autênticas. Assim, deve construir-se uma estratégia integrada entre os territórios em que se proporcionem vivências aos visitantes que os outros territórios não podem ou não conseguem oferecer.

Apesar de Portugal ser um território pequeno, existem bastantes assimetrias entre o litoral e o interior, e a atividade turística poderia ser uma forma de promover o desenvolvimento sustentável dos territórios de baixa densidade e envelhecidos do interior português. Uma vez que a sustentabilidade é

uma preocupação cada vez mais notória para a população, sobretudo para os novos turistas, é crucial que as entidades de turismo desenvolvam novas dinâmicas e criem formas de atração que respeitem todos os pilares da sustentabilidade: ambiental, económico, cultural/social. Tanto a sustentabilidade como a competitividade da Sub-Região devem ser assumidas como elementos de diferenciação e de afirmação do território num panorama de grande concorrência territorial. A coesão sociocultural do território deve ser assegurada pela Turismo Centro de Portugal permitindo que a atividade turística possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida das comunidades locais e que tenha em consideração o património natural, cultural e histórico das comunidades.

A entreaajuda entre municípios deve ser reforçada pela Entidade Turismo Centro de Portugal promovendo uma maior cooperação entre todos os municípios através da construção de redes de parcerias, principalmente entre territórios fronteiriços, de modo a que estabeleçam estratégias comuns e uma promoção turística conjunta dos respetivos municípios.

A constante aprendizagem dos recursos humanos afetos ao turismo deve, igualmente, ser uma aposta para que estes consigam identificar novas experiências, produtos turísticos e formas capazes de atrair tanto turistas como novos investidores.

Bibliografia/Fontes Consultadas

- European Travel Commission. (2021). *European Tourism 2021 – Trends & Prospects (Q2/2021)*. Obtido em 30 de outubro de 2021, de <https://etc-corporate.org/reports/european-tourism-2021-trends-prospects-q2-2021/>
- Aguiar, M., Aguiar, S., & Costa, M. (2021). *Menina dos Medos*. Obtido em 14 de outubro de 2021, de experimentapaisagem: http://experimentapaisagem.pt/wp-content/uploads/2021/05/site-mm-desdobavel_SITE2.pdf
- Al-Dahash, H., Kulatunga, U., & Allali, B. (15 de Abril de 2022). Factors affecting risk perception during terrorist attacks. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, pp. 1-15. Obtido em 25 de abril de 2022, de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S2212420922000899?token=FF28D3BFE31F8F6CAC2B1A498E58BB687E1AD608F8F3686F16FAB41B57D233BC8E71FB6EC75EDF034C91F41FB8C3C329&originRegion=eu-west-1&originCreation=20220429100831>
- Aldeias do Xisto. (6 de dezembro de 2014). *Rota dos Lagares*. Obtido em 20 de outubro de 2021, de aldeiasdoxisto: <https://aldeiasdoxisto.pt/evento/3990>
- Aldeias do Xisto. (2021). *A Rede*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de aldeiasdoxisto: <https://aldeiasdoxisto.pt/content/Rede>
- Aldeias do Xisto. (2021). *Figueira*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de aldeiasdoxisto: <https://aldeiasdoxisto.pt/aldeia/figueira>
- Aldeias do Xisto. (2021). *Posto de Turismo de Proença-a-Nova*. Obtido em 14 de outubro de 2021, de aldeiasdoxisto: <https://aldeiasdoxisto.pt/entidade/2106>
- Ambitur. (28 de setembro de 2020). *WTTC lança novo Relatório sobre o futuro das Viagens e Turismo num mundo pós-covid*. Obtido em 30 de outubro de 2021, de ambitur: <https://www.ambitur.pt/wttc-lanca-novo-relatorio-sobre-o-futuro-das-viagens-e-turismo-num-mundo-pos-covid/>
- Angus, A., & Westbrook, G. (2022). *Top 10 Global Consumer Trends 2022*. Obtido em 25 de abril de 2022, de <https://go.euromonitor.com/white-paper-EC-2022-Top-10-Global-Consumer-Trends.html>
- Archaeological Field Camps. (2021). *CAPN 2021*. Obtido em 13 de outubro de 2021, de archaeologicalfieldcamps: <https://archaeologicalfieldcamps-portugal.pt/>
- Associação de Turismo Militar Português. (2021). *Rota da Guerra Peninsular*. Obtido em 14 de outubro de 2021, de turismomilitar: http://www.turismomilitar.pt/index.php?lang=pt&s=rota&id=2&title=Rota_da_Guerra_Peninsular
- Associação de Turismo Militar Português. (2021). *Roteiro de Turismo Militar*. Obtido em 14 de outubro de 2021, de turismomilitar: <http://www.turismomilitar.pt/index.php?lang=pt&s=diretorio&pid=64&title=rotas>
- Bae, S. Y., & Chang, P.-J. (27 de junho de 2020). O efeito da percepção de risco da doença de coronavírus-19 (COVID-19) na intenção comportamental em relação ao turismo 'intacto' na Coreia do Sul durante a primeira onda da pandemia (março de 2020). *Current Issues in Tourism*,

- pp. 1017-1035. Obtido em 25 de abril de 2022, de <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/13683500.2020.1798895?needAccess=true>
- Balanzá, I., & Nadal, M. (2003). *Marketing e Comercialização de Produtos Turísticos*. Thomson.
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (outubro de 1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, pp. 868-897. Obtido em 25 de abril de 2022, de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0160738399000304?token=51997B4727B01FDFA7D8BA4A5BC25E2205FE6B6D7F0EC0BF3002DC5C32337CAC8E1FEC5EBF7BFA721D65EE0F2BEB6244&originRegion=eu-west-1&originCreation=20220429102702>
- Berli, A., & Martín, J. D. (outubro de 2004). Tourists' characteristics and the perceived image of tourist destinations: a quantitative analysis—a case study of Lanzarote, Spain. *Tourism Management*, pp. 623-636. Obtido em 25 de abril de 2022, de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0261517703001547?token=ECC6CE513204EDB6F96C24D3D0E03940C01EED7112B7579FE324C0B221B0118A61701B45B8391E2D56E58DA077CE2C70&originRegion=eu-west-1&originCreation=20220429102946>
- Beira Baixa. (2021). *Centro Interpretativo dos Fortes e Baterias*. Obtido em 14 de outubro de 2021, de [beirabaixatour: https://beirabaixatour.pt/home/st_tour/centro-interpretativo-dos-fortes-e-baterias/](https://beirabaixatour.pt/home/st_tour/centro-interpretativo-dos-fortes-e-baterias/)
- Beni, M. C. (1990). *Sistema de Turismo -SISTUR Estudo do Turismo face à Moderna Teoria de Sistemas*. Obtido em 6 de junho de 2022, de <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63854/66610>
- Boiteux, B., & Werner, M. (2009). *Introdução ao Turismo*. Elsevier Editora Ltda.
- Boniface, B., & Cooper, C. (2009). *Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism* (5ª ed.). Elsevier Ltd.
- Bouillon, R. C. (2006). *Planificación del espacio turístico*. (4ªed.). Editorial Trillas.
- Boumphrey, S. (2020). *How Will Consumer Markets Evolve After Coronavirus?* Obtido em 25 de abril de 2022, de <https://go.euromonitor.com/white-paper-2020-covid-19-themes.html>
- Brás, M. d. (2012). *Turismo e Segurança: Efeito da Perceção de Risco na Escolha do Destino Turístico: O Caso do Algarve*. Tese de Doutoramento, Universidade do Algarve, Departamento de Psicologia. Obtido em 1 de novembro de 2021, de <https://core.ac.uk/download/pdf/216330428.pdf>
- Caber, M., Rodríguez, M. R., Albayrak, T., & Simonetti, B. (2020). Does perceived risk really matter in travel behaviour? *Journal of Vacation Marketing*, 334–353. Obtido em 25 de abril de 2022
- Caldeira, A. M. (2006). *Atrações e gestão de visitantes: Uma abordagem de competitividade aplicada ao caso português*. Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro, Departamento de Economia Gestão e Engenharia Industrial, Aveiro. Obtido em 17 de maio de 2022
- Caninas, J., Henriques, F., Henriques, F. R., & Gouveia, J. (2009). *As Estruturas Militares da Serra das Talhadas na Passagem de Ródão (Vila Velha de Ródão e Nisa)*. Obtido em 21 de outubro de 2021, de https://www.academia.edu/6176622/As_Estruturas_Militares_da_Serra_das_Talhadas_na_Passagem_de_R%C3%B3d%C3%A3o_Vila_Velha_de_R%C3%B3d%C3%A3o_e_Nisa_Military_structures_in_the_passage_of_R%C3%B3d%C3%A3o_Serra_Talhadas_

- Carvalho, C., & Rodrigues, J. (2012). *Património Geológico de Proença-a-Nova: caracterização e gestão no âmbito do Geopark Naturtejo*. Vila Velha de Ródão. Obtido em 21 de outubro de 2021, de https://www.researchgate.net/publication/266969962_NETO_DE_CARVALHO_C_RODRIGUES_J_-_Patrimonio_Geologico_de_Proenca-a-Nova_caracterizacao_e_gestao_no_ambito_do_Geopark_Naturtejo_Acafa_Online_5_178-230
- Carvalho, C., Henriques, F., Moura, H., Gaspar, I., Caninas, J., Lobo, J., Monteiro, M., Félix, P. (2021). *Proença-a-Nova: Arqueologia e Património Construído*. Associação de Estudos do Alto Tejo. Obtido em 15 de outubro de 2021
- Centro Ciência Viva da Floresta. (2021). *Apresentação*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de [ccvfloresta: https://www.ccvfloresta.com/o-centro/apresentacao](https://www.ccvfloresta.com/o-centro/apresentacao)
- Chebli, A., & Ben said, F. (21 de junho de 2020). The impact of Covis-19 on tourist consumption behaviour:a perspective article. *Journal of Tourism Management Research*, 7(2), 196-207. Obtido em 25 de abril de 2022, de <https://mpr.ub.uni-muenchen.de/102910/1/JTMR-2020-7%282%29-196-207.pdf>
- Cherifi, B., Smith, A., Maitland, R., & Stevenson, N. (agosto de 2018). Beyond Image: Imagined experiences of a destination. *International Journal of Tourism Research*, 1-8. Obtido em 25 de abril de 2022, de https://www.researchgate.net/publication/327139626_Beyond_Image_Imagined_experiences_of_a_destination_International_Journal_of_Tourism_Research_https://onlinelibrary.wiley.com/doi/bs101002jtr2227
- Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro. (2021). *Centro Ciência Viva da Floresta*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de [roteiromuseus.ccdrc: http://roteiromuseus.ccdrc.pt/museu_fichaGeo.aspx?idMuseu=187&tipologia=4®iao=166](http://roteiromuseus.ccdrc.pt/museu_fichaGeo.aspx?idMuseu=187&tipologia=4®iao=166)
- Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro . (2021). *Centro de Interpretação de Fortes e Baterias*. Obtido em 14 de outubro de 2021, de [roteiromuseus.ccdrc: http://roteiromuseus.ccdrc.pt/museu_fichaGeo.aspx?idMuseu=188&tipologia=2®iao=166](http://roteiromuseus.ccdrc.pt/museu_fichaGeo.aspx?idMuseu=188&tipologia=2®iao=166)
- Conway, J., Angus, A., Linthicum, L., & Mcniff, C. (2021). *How to Activate Consumer Trends Using E-commerce Product Attribute Data*. Obtido em 25 de abril de 2022, de <https://go.euromonitor.com/white-paper-via-210708-how-to-activate-consumer-trends-ecommerce-product-attribute-data.html>
- Cook, R. A., Hsu, C. H., & Taylor, L. L. (2018). *Tourism: The Business of Hospitality and Travel*. (6ªed.). Pearson.
- Costa, C. (2005). Turismo e cultura: Avaliação das teorias e práticas culturais do setor do turismo (1990-2000). *Análise Social*, XL, 279-295. Obtido em 25 de abril de 2022, de https://www.researchgate.net/publication/262632655_Turismo_e_cultura_Avaliacao_das_teorias_e_praticas_culturais_do_setor_do_turismo_1990-2000
- Crompton, J. L. (1979). An Assessment of the Image of Mexico as a Vacation Destination and the Influence of Geographical Location Upon That Image. *Sage Journals*. Obtido em 25 de abril de 2022, de <https://rpts.tamu.edu/wp-content/uploads/2020/09/An-Assessment-of-the-Image-of-Mexico-as-a-Vacation-Destination-and-the-Influence-of-Geographic-Location-Upon-that-Image.pdf>

- Cui, F., Liu, Y., Chang, Y., Duan, J., & Li, J. (2016). An overview of tourism risk perception. *Nat Hazards*, 643–658. Obtido em 25 de abril de 2022, de https://www.researchgate.net/publication/293646522_An_overview_of_tourism_risk_perception
- Cunha, L., & Abrantes, A. (2017). *Introdução ao Turismo*. Lidel-Edições Técnicas, Lda.
- DataCentro. (2022). *Proença-a-Nova*. Obtido em 12 de maio de 2022, de datacentro.ccdrc.
- Diário da República. (2013). *Estatutos da Turismo Centro de Portugal*. Obtido em 18 de janeiro de 2022, de <https://turismodocentro.pt/wp-content/uploads/2020/01/Estatutos-do-Centro-de-Portugal-Atualizados.pdf>
- Diário da República. (2020). *Estatutos da Turismo Centro de Portugal 1ª alteração*. Obtido em 18 de janeiro de 2022
- Dias, F. (2009). Visão de síntese sobre a problemática da motivação turística. *Revista Científica do IS CET(1)*, 27. Obtido em 25 de abril de 2022, de https://www.researchgate.net/publication/235975514_Visao_de_sintese_sobre_a_problemativa_da_motivacao_turistica
- Dias, M. I. (1994). *O inquérito por questionário: problemas teóricos e metodológicos gerais*. Porto. Obtido em 17 de maio de 2022, de <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/104265/2/193141.pdf>
- Direção Regional de Cultura do Centro. (s.d.). *Farol dos Ventos*. Obtido em 14 de outubro de 2021, de culturacentro.gov: <https://www.culturacentro.gov.pt/pt/museus/museu-virtual-de-arte-publica/castelo-branco/proenca-a-nova/farol-dos-ventos/>
- Direção Regional de Cultura do Centro. (s.d.). *Monumento à Cidadania*. Obtido em 21 de outubro de 2021, de culturacentro.gov: <https://www.culturacentro.gov.pt/pt/museus/museu-virtual-de-arte-publica/castelo-branco/proenca-a-nova/monumento-a-cidadania/>
- Direção-Geral do Património Cultural. (2021). *Ponte da Ladeira dos Envendos - detalhe*. Obtido em 19 de outubro de 2021, de patrimoniocultural.gov: <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/patrimonio/patrimonio-imovel/pesquisa-do-patrimonio/classificado-ou-em-vias-de-classificacao/geral/view/73450>
- Divisão Estatística das Nações Unidas . (2008). *2008 Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*. Obtido em 29 de outubro de 2021, de <https://unstats.un.org/unsd/statcom/doc08/BG-TSA.pdf>
- Echtner, C. M., & Ritchie, J. B. (maio de 2003). The Meaning and Measurement of Destination Image. *Journal of Tourism Studies*, 14(1), 37-48. Obtido em 25 de abril de 2022, de <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.89.3276&rep=rep1&type=pdf>
- Evans, M. (2020). *The Digital Consumer Journey: Who Is Behind The Crisis-Inspired E-Commerce Surge*. Obtido em 25 de abril de 2022, de <https://go.euromonitor.com/white-paper-dc-200922-digital-consumer-journey.html>
- Experimenta Paisagem. (s.d.). *Magma Cellar*. Obtido em 14 de outubro de 2021, de experimentapaisagem: <http://experimentapaisagem.pt/obra-magma-cellar/>
- Gândara, J. (2008). A imagem dos destinos turísticos urbanos. *Revista Eletrónica de Turismo Cultural*, 23. Obtido em 25 de abril de 2022, de

https://www.researchgate.net/publication/325652354_A_IMAGEM_DOS_DESTINOS_TURISTICOS_URBANOS

Geopark Naturtejo. (2020). *Rotas pelo Geopark Naturtejo Geoparque Mundial da UNESCO*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de <https://www.naturtejo.com/plugins/kcfinder/upload/files/Naturtejo%202020%20PT.pdf>

Geopark Naturtejo. (2021). *Árvores Monumentais*. Obtido em 15 de outubro de 2021, de <https://www.naturtejo.com/ficheiros/conteudos/files/ArvoresMonumentais.pdf>

Geopark Naturtejo. (2021). *Centros de BTT das Aldeias do Xisto: Fróia*. Obtido em 15 de outubro de 2021, de naturtejo: <https://naturtejo.com/images/btt/centrosbtt/froia/folheto.pdf>

Geopark Naturtejo. (2021). *Introdução*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de naturtejo: <https://www.naturtejo.com/conteudo.php?id=19>

Goldman Sachs. (2022). *Millennials Coming of Age*. Obtido em 4 de maio de 2022, de Goldman Sachs: <https://www.goldmansachs.com/insights/archive/millennials/>

Henriques, F., & Caninas, J. (2009). *A Pedra Das Letras: Uma Rocha com Grafismos Lineares (Proença A Nova)*. Obtido em 21 de outubro de 2021, de https://www.altotejo.org/acafa/docsN2/A_Pedra_das_Letras.pdf

Henriques, F., Caninas, J. C., Sabrosa, A., Henriques, F. R., & Gouveia, J. (2008). *As Estruturas Militares da Serra das Talhadas na Passagem de Ródão (Vila Velha de Ródão e Nisa) / Estruturas militares na passagem de Ródão (Serra Talhadas)*. Associação de Estudos do Alto Tejo. Obtido em 20 de outubro de 2021

Henriques, F., Caninas, J., Monteiro, M., Félix, P., Pereira, A., Mendes, C., & Carvalho, E. (2016). *Arqueologia de Proença-a-Nova: estado dos conhecimentos. II Congresso Internacional de Arqueologia da Região de Castelo Branco* (pp. 447-474). Castelo Branco: RVJ Editores. Obtido em 21 de outubro de 2021, de <https://repositorio.ul.pt/handle/10451/31452>

Henriques, F., Chambino, M., Caninas, J. C., Pereira, A., & Carvalho, E. (2011). *Pinturas rupestres pré-históricas na serra das Talhadas*. Vila Velha de Ródão. Obtido em 2 de dezembro de 2021, de https://www.academia.edu/10296267/PINTURAS_RUPESTRES_PR%C3%89_HIST%C3%93RICAS_NA_SERRA_DAS_TALHADAS_PRIMEIRA_NOT%C3%8DCIA_Prehistoric_rock_paintings_on_Serra_das_Talhadas_Proen%C3%A7a_a_Nova_First_news

Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas. (2022). *Arvoredo de Interesse Público*. Obtido em 6 de maio de 2022, de icnf: <http://www2.icnf.pt/portal/florestas/Arvores.qry?Distrito=5&Concelho=8&Freguesia=&Processo=&template%3Amethod=Pesquisar>

Instituto Nacional de Estatística. (16 de dezembro de 2021). *População residente (N.º) por Local de residência, Sexo e Grupo etário; Decenal*. Obtido em 12 de maio de 2022, de ine.

Instituto Nacional de Estatística. (14 de junho de 2021). *Taxa bruta de natalidade (‰) por Local de residência (NUTS - 2013); Anual*. Obtido em 12 de maio de 2022, de ine.

Instituto Nacional de Estatística. (14 de junho de 2021). *Índice de dependência de idosos (N.º) por Local de residência (NUTS - 2013); Anual*. Obtido em 12 de maio de 2022, de ine.

Instituto Nacional de Estatística. (14 de junho de 2021). *Índice de envelhecimento (N.º) por Local de residência (NUTS - 2013); Anual*. Obtido em 12 de maio de 2022, de ine.

- Instituto Nacional de Estatística. (14 de junho de 2021). *Taxa bruta de mortalidade (%) por Local de residência (NUTS - 2013); Anual*. Obtido em 12 de maio de 2022, de ine.
- IPDT- Turismo Consultoria. (2021). Turismo'21. *Revista de Tendências ANO XV*, 124.
- IPDT- Turismo e Consultoria. (19 de novembro de 2020). *Sustentabilidade no Turismo na Nova Era*. Obtido em 30 de outubro de 2021, de ipdt: <https://www.ipdt.pt/turismo-sustentavel/>
- IPDT- Turismo e Consultoria. (setembro de 2021). *10 tendências de viagem para 2021*. Obtido em 30 de outubro de 2021, de ipdt: <https://www.ipdt.pt/tendencias-viagem-turismo/>
- IPDT- Turismo e Consultoria. (2021). *Como crescer em valor e tornar o negócio turístico mais sustentável?* Obtido em 30 de outubro de 2021, de ipdt: https://www.ipdt.pt/?utm_source=Media&utm_medium=PR&utm_campaign=EbookIPDT&utm_id=PressRelease
- IPDT- Turismo e Consultoria. (28 de julho de 2021). *Conceitos do Turismo*. Obtido em 28 de outubro de 2021, de ipdt: <https://www.ipdt.pt/conceitos-turismo/>
- IPDT- Turismo e Consultoria. (2022). Turismo'22 . *Revista de Tendências Ano XVI*, p. 122.
- IPDT-Turismo e Consultoria. (2021). *10 tendências de viagem para 2022*. Obtido em 10 de janeiro de 2022, de ipdt: <https://www.ipdt.pt/tendencias-viagem-turismo/>
- Jamal, T., & Lee, J.-H. (2003). Integrating micro and macro approaches to tourist motivations: Toward An interdisciplinary theory. *Tourism Analysis*, 8, 47–59. Obtido em 25 de abril de 2022
- Kim, H., Lee, S., Uysal, M., Kim, J., & Ahn, K. (2015). Nature-Based Tourism: Motivation and Subjective Well-Being. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 1-21. Obtido em 25 de abril de 2022, de https://www.researchgate.net/publication/281692830_Nature-Based_Tourism_Motivation_and_Subjective_Well-Being
- Korstanje, M. E. (2011). The fear of traveling: A new perspective for tourism and hospitality. *Anatolia*, 22(2), 222–233. Obtido em 25 de abril de 2022, de https://www.researchgate.net/publication/233449639_The_fear_of_traveling_A_new_perspective_for_tourism_and_hospitality
- Laucyte, G. (2018). *Tourism Destination Image of Lithuania in the Perspective of Danish Market: What the Non-visitors Say*. Obtido em 25 de abril de 2022, de https://projekter.aau.dk/projekter/files/288160453/Master_Thesis_Greta__Laucyte_2018.pdf
- Lepp, A., & Gibson, H. (2003). Tourist roles, perceived risk and international tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 606–624. Obtido em 25 de abril de 2022, de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0160738303000240?token=F861A197481A94ABEF751CFFE4E7A6DA5F4F30D39373DF9894DD67F94940F3EF23CBBE1BB8FBEAFA4AE61A64DCB64C23&originRegion=eu-west-1&originCreation=20220429132129>
- Lohmann, G., & Netto, A. P. (2017). *Tourism Theory Concepts, Models and Systems*. Cabi Publishing.
- Lopes, S. C. (2021). *Os Conteúdos Gerados pelos Utilizadores enquanto método para a melhoria da oferta turística em territórios de baixa densidade: Os casos de Lousã e Miranda do Corvo*. Tese de Mestrado, Universidade de Coimbra, Departamento de Geografia e Turismo. Obtido em 25 de abril de 2022, de <https://eg.uc.pt/handle/10316/96953>

- López-Sanz, J. M., Penelas-Leguía, A., Gutiérrez-Rodríguez, P., & Cuesta-Valiño, P. (2021). Sustainable Development and Rural Tourism in Depopulated Areas. *Land*, 1-18. Obtido em 25 de março de 2022
- Luo, Y., & Deng, J. (2007). The New Environmental Paradigm and Nature-Based Tourism Motivation. *Journal of Travel Research*, 46(4), 392-402. Obtido em 25 de março de 2022, de The New Environmental Paradigm and Nature-Based Tourism Motivation
- Lusa. (24 de agosto de 2021). *Município de Proença-a-Nova integra Roteiro do Turismo Militar*. Obtido em 14 de outubro de 2021, de rtp: https://www.rtp.pt/noticias/economia/municipio-de-proenca-a-nova-integra-roteiro-do-turismo-militar_n1344133
- Mansfeld, Y. (1992). From motivation to actual travel. *Annals of Tourism Research*, 19, 399-419. Obtido em 25 de abril de 2022
- Marques de Aguiar, Arquitectura e Urbanismo. (2022). *Experimenta Paisagem*. Obtido em 1 de julho de 2022, de experimentapaisagem: <http://experimentapaisagem.pt/naslinhasdeagua/>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *PR2- Os Segredos do Vale do Almourão*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Pagina/pr2---os-segredos-do-vale-do-almourao/308>
- Ministros, P. d. (1986). *Resolução do Conselho de Ministros n.º 17-B/86*. Obtido em 29 de outubro de 2021, de <https://dre.pt/dre/detalhe/resolucao-conselho-ministros/17-b-1986-508179>
- Monteiro, M. (2013). *A Linha das Talhadas-Moradal e o Sistema Defensivo de Abrantes. Resultados do Trabalhos de Prospecção Arqueológica e de Pesquisa Documental*. Obtido em 21 de outubro de 2021, de https://www.academia.edu/7038769/A_Linha_das_Talhadas-Moradal_e_o_Sistema_Defensivo_de_Abrantes._Resultados_do_Trabalhos_de_Prosp%C3%A7%C3%A3o_Arqueol%C3%B3gica_e_de_Pesquisa_Documental
- Moreira, C. (2013). *Turismo, Território e Desenvolvimento: Competitividade e Gestão Estratégica de Destinos*. Tese de Doutoramento, Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Coimbra.
- Moreira, C. P. (2010). *A influência do terrorismo nos comportamentos de viagem internacionais*. Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro, Aveiro. Obtido em 25 de abril de 2022, de <https://ria.ua.pt/handle/10773/1798>
- Município de Proença-a-Nova. (30 de agosto de 2021). *Novo mural de Silvia Mathys e Cavalheiro Cardoso inaugurado nas Cimadas*. Obtido em 14 de outubro de 2021, de cm-proencanova: https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Destaque/novo-mural-de-silvia-mathys-e-cavalheiro-cardoso-inaugurado-nas-cimadas/5953?fbclid=IwAR3PcMv2Xs-UgXklTdpBP30IGy8xVsCyZ-clmS69fSmhV6gnLHd_ZALKsxx
- Município de Proença-a-Nova. (2010). *Revisão do PDM de Proença-a-Nova- Volume III Infraestruturas: Sistema Viário e de transportes*. Obtido em 15 de outubro de 2021
- Município de Proença-a-Nova. (2010). *Revisão do PDM de Proença-a-Nova- Volume III Sistema Urbano: Rede Urbana*. Obtido em 20 de outubro de 2021
- Município de Proença-a-Nova. (2010). *Revisão do PDM de Proença-a-Nova-Volume V Infraestruturas: Energias e Telecomunicações*. Proença-a-Nova. Obtido em 20 de outubro de 2021
- Município de Proença-a-Nova. (2010). *Revisão do Plano Diretor Municipal de Proença-a-Nova: Volume V, Infraestruturas*. Obtido em 21 de outubro de 2021

- Município de Proença-a-Nova. (2011). *Revisão do PDM de Proença-a-Nova- Volume III Sistema Urbano: Rede de Equipamentos*. Proença-a-Nova. Obtido em 20 de outubro de 2021
- Município de Proença-a-Nova. (2011). *Revisão do PDM de Proença-a-Nova-Volume V Infraestruturas de saneamento básico e resíduos sólidos*. Obtido em 15 de outubro de 2021
- Município de Proença-a-Nova. (2012). *Revisão do PDM de Proença-a-Nova- Volume III: Sistema Urbano: Património*. Obtido em 15 de outubro de 2021
- Município de Proença-a-Nova. (2012). *Revisão do PDM de Proença-a-Nova- Volume IV Sistema Biofísico*. Obtido em 15 de outubro de 2021
- Município de Proença-a-Nova. (2012). *Revisão do PDM de Proença-a-Nova-Volume III Sistema Urbano: Património*. Obtido em 20 de outubro de 2021
- Município de Proença-a-Nova. (17 de junho de 2015). *“Proença-a-Nova oferece mais oportunidades que a generalidade dos concelhos da nossa dimensão”*. Obtido em 14 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Municipio/ContentHighlightShow.aspx?ContentName=%E2%80%9Cproenca-a-nova-oferece-mais-oportunidades-que-a-generalidade-dos-concelhos-da-nossa-dimensao%22&ContentId=2126&>
- Município de Proença-a-Nova. (2015). *Plano Diretor Municipal*. Proença-a-Nova. Obtido em 13 de outubro de 2021, de file:///C:/Users/catar/Downloads/Relat%C3%B3rio%20do%20Plano-2.pdf
- Município de Proença-a-Nova. (12 de agosto de 2016). *Materiais reutilizados projetam futuro*. Obtido em 14 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Investimento/ContentHighlightShow.aspx?ContentName=materiais-reutilizados-projetam-futuro&ContentId=2696&>
- Município de Proença-a-Nova. (13 de outubro de 2017). *“Monumento à Cidadania” inaugurado no Parque Urbano*. Obtido em 21 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Municipio/ContentHighlightShow.aspx?ContentName=%E2%80%9Cmonument-o-a-cidadania%E2%80%9D-inaugurado-no-parque-urbano&ContentId=3410&>
- Município de Proença-a-Nova. (24 de outubro de 2017). *A arte como fator de atratividade turística para o concelho*. Obtido em 21 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Destaque/a-arte-como-fator-de-atratividade-turistica-para-o-concelho/3417>
- Município de Proença-a-Nova. (24 de outubro de 2017). *A arte como fator de atratividade turística para o concelho*. Obtido em 14 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Destaque/a-arte-como-fator-de-atratividade-turistica-para-o-concelho/3417>
- Município de Proença-a-Nova. (2017). *Agenda Cultural- Janeiro 2017*. janeiro. Obtido em 12 de outubro de 2021, de <https://docplayer.com.br/134819888-Edicao-municipio-de-proenca-a-nova.html>
- Município de Proença-a-Nova. (16 de agosto de 2017). *Diáspora Proencense com plataforma online para relação de proximidade*. Obtido em 21 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Municipio/ContentHighlightShow.aspx?ContentName=diaspora-proencense-com-plataforma-online-para-relacao-de-proximidade&ContentId=3307&>

- Município de Proença-a-Nova. (23 de agosto de 2017). *Maljoga inaugura mural que celebra 20 anos da associação*. Obtido em 21 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Municipio/ContentHighlightShow.aspx?ContentName=maljoga-inaugura-mural-que-celebra-20-anos-da-associacao&ContentId=3312&>
- Município de Proença-a-Nova. (2017). *Programa Estratégico de Reabilitação Urbana*. Proença-a-Nova. Obtido em 13 de outubro de 2021, de <file:///C:/Users/catar/Downloads/Programa%20Estrat%C3%A9gico%20de%20Reabilita%C3%A7%C3%A3o%20Urbana%20PERU%202017.pdf>
- Município de Proença-a-Nova. (16 de outubro de 2017). *Roteiro das Artes inaugura diversas obras artísticas*. Obtido em 14 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/ContentHighlightShow.aspx?ContentName=roteiro-das-artes-inaugura-diversas-obras-artisticas-&ContentId=3412&>
- Município de Proença-a-Nova. (3 de julho de 2018). *Iniciativa “Eu participo” renova muro da Casa do Povo em Sobreira Formosa*. Obtido em 21 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Municipio/Destaque/iniciativa-%E2%80%9Ceuparticipo%E2%80%9D-renova-muro-da-casa-do-povo-em-sobreira-formosa-/3995>
- Município de Proença-a-Nova. (2019). *Boletim Municipal - 2º Semestre de 2019*. Obtido em 14 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Investimento/Destaque/boletim-municipal---2%C2%BA-semester-de-2019/5018>
- Município de Proença-a-Nova. (2019). *Diagnóstico Social do Concelho de Proença-a-Nova*. Obtido em 13 de outubro de 2021, de <file:///C:/Users/catar/Downloads/Diagn%C3%B3stico%20Social%202019.pdf>
- Município de Proença-a-Nova. (22 de outubro de 2019). *Intervenção artística “Guardiã da Água” integra Roteiro das Artes*. Obtido em 14 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Municipio/Destaque/intervencao-artistica-%E2%80%9Cguardia-da-agua%E2%80%9D-integra-roteiro-das-artes/4727>
- Município de Proença-a-Nova. (2019). *Plano Municipal de Defesa da Floresta Contra Incêndios (2020-2029)*. Proença-a-Nova. Obtido em 13 de outubro de 2021, de [file:///C:/Users/catar/Downloads/PMDFCI2020_2029_CadernoI%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/catar/Downloads/PMDFCI2020_2029_CadernoI%20(1).pdf)
- Município de Proença-a-Nova. (2019). *Programa Eventos 2019*. Obtido em 14 de julho de 2022
- Município de Proença-a-Nova. (16 de outubro de 2019). *Quadro de Carlos Farinha sobre o concelho exposto no Museu do Oriente*. Obtido em 21 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Destaque/quadro-de-carlos-farinha-sobre-o-concelho-exposto-no-museu-do-orientes/4723>
- Município de Proença-a-Nova. (16 de maio de 2019). *Sílvia Mathys e Cavalheiro Cardoso assinam novo mural em São Pedro do Esteval*. Obtido em 21 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Destaque/silvia-mathys-e-cavalheiro-cardoso-assinam-novo-mural-em-sao-pedro-do-esteval/4445>
- Município de Proença-a-Nova. (7 de agosto de 2020). *Farol dos Ventos inaugurado no Cortiçada Art Fest Weekend*. Obtido em 14 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm->

proencanova.pt/Municipio/Destaque/farol-dos-ventos-inaugurado-no-corticada-art-fest-weekend/5232

Município de Proença-a-Nova. (21 de agosto de 2020). *Maljoga inaugura novo mural de homenagem a figuras históricas da aldeia*. Obtido em 20 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Destaque/maljoga-inaugura-novo-mural-de-homenagem-a-figuras-historicas-da-aldeia/5242>

Município de Proença-a-Nova. (6 de novembro de 2020). Rota das Aromáticas e Plantas Medicinais. Proença-a-Nova. Obtido em 15 de outubro de 2021, de <https://www.facebook.com/watch/?v=810969473014386>

Município de Proença-a-Nova. (maio de 2021). *Agenda Cultural-maio 2021*. Obtido em 21 de outubro de 2021, de file:///C:/Users/catar/Downloads/Agenda%20Cultural%20Maio%202021.pdf

Município de Proença-a-Nova. (2021). *Água de Abastecimento Público*. Obtido em 13 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Municipio/ambiente-e-espacos-verdes/135>

Município de Proença-a-Nova. (2021). *Aldeia Ruiva*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/ContentShow.aspx?ContentId=185>

Município de Proença-a-Nova. (2021). *Aldeias de Xisto*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/aldeias-de-xisto/159>

Município de Proença-a-Nova. (2021). *Alvito da Beira*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/ContentShow.aspx?ContentId=186>

Município de Proença-a-Nova. (2021). *Alvito da Beira*. Obtido em 15 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/ContentShow.aspx?ContentId=186>

Município de Proença-a-Nova. (2021). *Artesanatos*. Obtido em 19 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Artesanato>

Município de Proença-a-Nova. (2021). *BTT*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/btt/269>

Município de Proença-a-Nova. (2021). *Campo Arqueológico*. Obtido em 21 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Pagina/campo-arqueologico/2577>

Município de Proença-a-Nova. (2021). *Cerejeira*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/ContentShow.aspx?ContentId=187>

Município de Proença-a-Nova. (2021). *Espaço Manuel Ribeiro*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/espaco-manuel-ribeiro/292>

Município de Proença-a-Nova. (2021). *Espaço Ribeiro Farinha*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/espaco-ribeiro-farinha/213>

Município de Proença-a-Nova. (2021). *Espaços com História*. Obtido em 21 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Pagina/espacos-com-historia/2671>

Município de Proença-a-Nova. (2021). *Fauna e flora*. Obtido em 15 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/fauna-e-flora/165>

- Município de Proença-a-Nova. (2021). *Fortes e Baterias*. Obtido em 21 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Pagina/fortes-e-baterias/2578>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *Fróia*. Obtido em 15 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/ContentShow.aspx?ContentId=188>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *Gastronomia*. Obtido em 19 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/gastronomia/168>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *Grande Rota da Cortiçada (GR39)*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de cm-proencanova: [https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Pagina/grande-rota-da-corticada-\(gr39\)/2915](https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Pagina/grande-rota-da-corticada-(gr39)/2915)
- Município de Proença-a-Nova. (10 de setembro de 2021). *Guardiã da Água é estrela da Arte Contemporânea e do Património Histórico Edificado da CIMBB*. Obtido em 14 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/ContentHighlightShow.aspx?ContentId=5965>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *Lagares em Proença-a-Nova*. Obtido em 20 de outubro de 2021, de googlemaps: <https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=13oDDRpYg7sE411TWfek5tnw1ROs&ll=39.74221073107208%2C-7.86009765&z=11>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *Malhadal*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/ContentShow.aspx?ContentId=189>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *Mercado dos Sabores de Natal 2021*. Obtido em 14 de julho de 2022, de <file:///C:/Users/catar/Downloads/Mercado%20dos%20Sabores%20de%20Natal%202021%20-%20Orienta%C3%A7%C3%B5es%20e%20Ficha%20de%20Inscri%C3%A7%C3%A3o.pdf>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *Minerais e Conheiras*. Obtido em 20 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Pagina/minerais/2581>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *Museu Isilda Martins*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/museu-isilda-martins/158>
- Município de Proença-a-Nova. (30 de agosto de 2021). *Novo mural de Silvia Mathys e Cavalheiro Cardoso inaugurado nas Cimadas*. Obtido em 14 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Destaque/novo-mural-de-silvia-mathys-e-cavalheiro-cardoso-inaugurado-nas-cimadas/5953>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *Património Comunitário*. Obtido em 19 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Pagina/patrimonio-comunitario/2587>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *Património Religioso*. Obtido em 15 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Pagina/patrimonio-religioso/2589>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *Percurso Azul*. Obtido em 15 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Pagina/percurso-azul/2455>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *Percurso Preto*. Obtido em 15 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Pagina/percurso-preto/2457>

- Município de Proença-a-Nova. (2021). *Percurso Verde*. Obtido em 15 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Pagina/percurso-verde/2454>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *Percurso Vermelho*. Obtido em 15 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Pagina/percurso-vermelho/2456>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *Percurso marcados (PR)*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/ContentShow.aspx?ContentId=121>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *Piscina de Pedra do Altar*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Pagina/piscina-de-pedra-do-altar/1768>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *Pontos de interesse*. Obtido em 20 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/pontos-de-interesse/164>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *Porquê em Proença-a-Nova*. Obtido em 13 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Investimento/razoes-para-escolher-proenca-a-nova/270>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *PR1-A História na Paisagem*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Pagina/passeios-marcados/121>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *PR3- A Rota das Conheiras*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Pagina/pr3---rota-das-conheiras-/309>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *PR4-Pela Linha de Defesa*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Pagina/pr4---pela-linha-da-defesa-/310>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *PR5- Rota dos Recantos e Encantos*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Pagina/pr5---rota-dos-recantos-e-encantos/311>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *PR6-Viagem aos Ossos da Terra*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Pagina/pr6---viagem-aos-ossos-da-terra/312>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *PR7-Rota dos Estevais*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Pagina/pr7---rota-dos-estevais/313>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *Praias Fluviais*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/praias-fluviais/166>
- Município de Proença-a-Nova. (21 de fevereiro de 2021). *Roteiro das Artes*. Obtido em 21 de outubro de 2021, de facebook: <https://www.facebook.com/watch/?v=2748834428712367>
- Município de Proença-a-Nova. (15 de junho de 2021). *Torre de Vigia de Siza Vieira na Serra das Talhadas pronta para receber visitantes*. Obtido em 15 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Destaque/torre-de-vigia-de-siza-vieira-na-serra-das-talhadas-pronta-para-receber-visitantes/5723?fbclid=IwAR23D6Cq8GkLsG8eX4BI920MXbBM9shX8SB0cYE8T3oInslYn-cfmPN4T18>

- Município de Proença-a-Nova. (2021). *Trilho da Praia Fluvial de Aldeia Ruiva*. Obtido em 13 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <file:///C:/Users/catar/Downloads/Folheto%20Aldeia%20Ruiva.pdf>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *Trilhos de Praia: Aldeia Ruiva*. Obtido em 13 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Pagina/trilhos-de-praia/1814>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *Trilhos de Praia: Fróia*. Obtido em 13 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <file:///C:/Users/catar/Downloads/Folheto%20Froia.pdf>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *Trilhos de Praia: Malhadal*. Obtido em 13 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <file:///C:/Users/catar/Downloads/Folheto%20Malhadal.pdf>
- Município de Proença-a-Nova. (2021). *Via Ferrata das Talhadas- Informação Complementar*. Obtido em 15 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <file:///C:/Users/catar/Downloads/placar%20via%20ferrata%20das%20talhadas%20SITE.pdf>
- Município de Proença-a-Nova. (2022). *Agenda Cultural julho/agosto*. Obtido em 1 de julho de 2022
- Município de Proença-a-Nova. (31 de maio de 2022). *Aldeia Ruiva, Fróia e Malhadal são Praias com Qualidade de Ouro 2022*. Obtido em 6 de junho de 2022, de cm-proencanova: https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Destaque/aldeia-ruiva,-froia-e-malhadal-sao-praias-com-qualidade-de-ouro-2022/6487?fbclid=IwAR33pp6qOxMHQ3xNnWfotB_cZcX25deZwUWiYj2st7u1rE0BkYKKnKqb7AA
- Município de Proença-a-Nova. (2022). *Ambiente e Espaços Verdes*. Obtido em 6 de maio de 2022, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Municipio/ContentShow.aspx?ContentId=169>
- Município de Proença-a-Nova. (2022). *Atividades Económicas*. Obtido em 12 de maio de 2022, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Municipio/atividades-economicas/144>
- Município de Proença-a-Nova. (2022). *Aventura*. Obtido em 5 de maio de 2022, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/aventura/150>
- Município de Proença-a-Nova. (2022). *BTT - Enduro*. Obtido em 6 de maio de 2022, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Pagina/btt---enduro/6209>
- Município de Proença-a-Nova. (4 de maio de 2022). *Carlos Farinha enaltece Nossa Senhora do Pópulo no mural do Centro Paroquial dos Montes da Senhora*. Obtido em 6 de maio de 2022, de cm-proencanova: https://www.cm-proencanova.pt/ContentWithPicture_Popup.aspx?ContentId=6438
- Município de Proença-a-Nova. (20 de junho de 2022). *Casa do Resineiro inaugurada na aldeia de Corgas*. Obtido em 14 de julho de 2022, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Destaque/casa-do-resineiro-inaugurada-na-aldeia-de-corgas/6499>
- Município de Proença-a-Nova. (2022). *Estatísticas*. Obtido em 12 de maio de 2022, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Municipio/estatisticas/147>
- Município de Proença-a-Nova. (2022). *Lagares de Azeite*. Obtido em 5 de maio de 2022, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/lagares-de-azeite/216>
- Município de Proença-a-Nova. (2022). *Lendas*. Obtido em 6 de maio de 2022, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/ContentShow.aspx?ContentId=174>
- Município de Proença-a-Nova. (2022). *Parque de campismo*. Obtido em 6 de maio de 2022, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/bungalows-e-parque-de-campismo/172>

Município de Proença-a-Nova. (2022). *Pesca*. Obtido em 6 de maio de 2022, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/pesca/152>

Município de Proença-a-Nova. (16 de agosto de 2022). *Praia Fluvial do Malhadal com oferta lúdica renovada*. Obtido em 16 de agosto de 2022, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Destaque/praias-fluvial-do-malhadal-com-oferta-ludica-renovada/6681?fbclid=IwAR2Om2KiTLVNBc0SrQE-9uhXO2wJnmHw6WDm2R6Dnj4ujFl3XpHXjqVe4>

Município de Proença-a-Nova. (13 de abril de 2022). *Prémio Cinco Estrelas Regiões distingue Praia Fluvial do Malhadal e Maranhão*. Obtido em 6 de maio de 2022, de cm-proencanova: https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Destaque/premio-cinco-estrelas-regioes-distingue-praias-fluvial-do-malhadal-e-maranhao/6388?fbclid=IwAR1ug0W2z8TmDJv_eSgZD-KgMu5-bnvJenItQ8HgEZW-Bqfb3KIJ7voNJQE

Município de Proença-a-Nova. (30 de junho de 2022). *Proença-a-Nova é Destino de Turismo Militar 2021/2022*. Obtido em 1 de julho de 2022, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/>

Município de Proença-a-Nova. (1 de janeiro de 2022). *Proença-a-Nova partilha projeto cultural ESPORO com os municípios de Figueiró dos Vinhos e Ansião*. Obtido em 18 de julho de 2022, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/Destaque/proenca-a-nova-partilha-projeto-cultural-esporo-com-os-municipios-de-figueiro-dos-vinhos-e-ansiao/6210>

Município de Proença-a-Nova. (2022). *Proença-a-Nova: Roteiro Turístico*. Obtido em 6 de maio de 2022

Município de Proença-a-Nova. (2022). *Programa Eventos 2022*. Obtido em 14 de julho de 2022

Município de Proença-a-Nova. (2022). *Rali Cortiçada Proença-a-Nova*. Obtido em 14 de julho de 2022, de facebook: <https://www.facebook.com/municipio.deproencaanova/posts/pfbid0tfGG59gcBU55Tpp1qH8X7WoHCLDKcvixLM364cQx6kn82FJGZRR4ShrTohcsRnTsl>

Município de Proença-a-Nova. (2022). *Tradições populares*. Obtido em 6 de maio de 2022, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/ContentShow.aspx?ContentId=177>

Município de Proença-a-Nova. (2021). *Piscina de São Pedro do Esteval*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de cm-proencanova: <https://www.cm-proencanova.pt/Lazer/piscinas/167>

Neves, J. d. (2012). *O Papel dos Eventos no Reforço da Atractividade Turística de Cabo Verde*. Tese de Mestrado, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Estoril. Obtido em 1 de novembro de 2021, de <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/4454>

Oliveira, R. A. (2013). *Empreendedorismo e inovação no turismo. A Herança Magna™ como atração cultural*. Tese de Mestrado, Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Coimbra. Obtido em 30 de outubro de 2021, de <https://eg.uc.pt/bitstream/10316/36103/1/Empreendedorismo%20e%20inovacao%20no%20turismo.pdf>

Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico. (2020). *Tourism Trends and Policies 2020*. Obtido em 30 de outubro de 2021, de <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/6b47b985-en.pdf?expires=1636036340&id=id&accname=guest&checksum=57342BD682A313D8454FB741600C1E4F>

- Organización Mundial del Turismo. (2001). *Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo*. Organización Mundial del Turismo. Obtido em 25 de abril de 2022, de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284404889>
- Pechilga, S. A. (2016). *O perfil motivacional dos turistas italianos e o capital cultural de Lisboa*. Tese de Mestrado, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril. Obtido em 25 de abril de 2022, de <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/18238>
- Pereira, L., & Ferreira, L. (2014). Determinantes da procura turística doméstica em Portugal numa conjuntura de crise económica e financeira. *Tourism & Management Studies*, 10(2), 75-83. Obtido em 25 de abril de 2022, de <https://tmstudies.net/index.php/ectms/article/viewFile/599/1226>
- Prémio Cinco Estrelas Regiões. (2021). *Praia Fluvial do Malhadal*. Obtido em 12 de outubro de 2021, de r.cinco-estrelas: <https://r.cinco-estrelas.pt/vencedor/praias-fluvial-do-malhadal/>
- Prémio Cinco Estrelas Regiões. (2022). *Maranhão*. Obtido em 6 de maio de 2022, de r.cinco-estrelas: <https://r.cinco-estrelas.pt/vencedor/maranhao/>
- Prémio Cinco Estrelas Regiões. (2022). *Praia Fluvial do Malhadal*. Obtido em 6 de maio de 2022, de r.cinco-estrelas: <https://r.cinco-estrelas.pt/vencedor/praias-fluvial-do-malhadal-2/>
- Proença-a-Nova origem. (2021). *A Marca*. Obtido em 8 de novembro de 2021, de proencanovaorigem: https://www.proencanovaorigem.pt/site/index.php?route=information/information&information_id=4
- Qu, S. Q., & Dumay, J. (2011). The qualitative research interview. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 8(3), 238-264. Obtido em 17 de maio de 2022, de [file:///C:/Users/catar/Downloads/QuDumay2011%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/catar/Downloads/QuDumay2011%20(1).pdf)
- Quercus. (2020). *Listagem das Praias com Galardão Qualidade de Ouro 2020*. Obtido em 20 de outubro de 2021, de quercus: <https://quercus.pt/images/PDF/Praias/Listagem%20Praias%20Qualidade%20de%20Ouro%2020v3.pdf>
- Quercus. (2021). *Listagem Praias Qualidade de Ouro 2021*. Obtido em 21 de outubro de 2021, de https://quercus.pt/images/Listagem_Praias%20Qualidade%20Ouro_2021%20vf.pdf
- Reconquista. (3 de julho de 2021). Cunqueiro: Magma Cellar reforça valorização da paisagem. *Reconquista*. Obtido em 14 de outubro de 2021, de <https://www.reconquista.pt/articles/cunqueiro-magma-cellar-reforca-valorizacao-da-paisagem>
- Regiondo. (2021). *Where travel is going in 2022*. Obtido em 10 de janeiro de 2022, de hubspotusercontent: https://f.hubspotusercontent40.net/hubfs/8044141/Ebook%20PDFs/English/Trends_Report_2022.pdf
- Registo Nacional de Turismo. (2022). *Agentes de Animação Turística*. Obtido em 6 de maio de 2022, de registos.turismodeportugal: <https://registos.turismodeportugal.pt/HomePage.aspx>
- Registo Nacional de Turismo. (2022). *Registo Nacional de Alojamento Local*. Obtido em 22 de agosto de 2022, de rnt.turismodeportugal: https://rnt.turismodeportugal.pt/RNT/Pesquisa_AL.aspx?FiltroVisivel=True

- Registo Nacional de Turismo. (2022). *Registo Nacional de Empreendimentos Turísticos*. Obtido em 22 de agosto de 2022, de [rnt.turismodeportugal.pt](https://rnt.turismodeportugal.pt/RNT/Pesquisa_ET.aspx?FiltroVisivel=True):
https://rnt.turismodeportugal.pt/RNT/Pesquisa_ET.aspx?FiltroVisivel=True
- Reino, V. L. (2013). *A imagem do destino turístico Óbidos do ponto de vista do visitante de eventos*. Relatório de Mestrado, Instituto Politécnico de Leiria . Obtido em 25 de abril de 2022, de <https://iconline.ipleiria.pt/handle/10400.8/1090>
- Reisinger, Y., & Mavondo, F. (2008). Cultural Differences in Travel Risk Perception. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 20(1), 13-31. Obtido em 25 de abril de 2022
- Sancho, A. (1994). Introducción al turismo. p. 394. Obtido em 28 de outubro de 2021, de <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1178>
- Santos, J. M. (2018). *Turismo de Natureza: Procura Turística e Imagem dos Espaços Naturais*. Tese de Mestrado, Instituto Politécnico de Viseu. Obtido em 4 de maio de 2022, de <https://repositorio.ipv.pt/handle/10400.19/5245>
- Sato, S., Kim, H., J.Buning, R., & Harada, M. (2018). Adventure tourism motivation and destination loyalty: A comparison of decision and non-decision makers. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 74-81. Obtido em 25 de abril de 2022, de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S2212571X16300452?token=85B463289700B762A418FDA6AD615CF00472052F30BCAA0C724EA82E6B0D9DBCA65066D1EEA195ECAB2D39AEA3A1AAC3&originRegion=eu-west-1&originCreation=20220429134206>
- Seabra, C., Abrantes, J. L., & Kastenholz, E. (2012). TerrorScale: A Scale to Measure the Contact of International Tourists with Terrorism. *Journal of Tourism Research & Hospitality*, 1(4). Obtido em 25 de abril de 2022, de file:///C:/Users/catar/Downloads/TerrorScale_A_Scale_to_Measure_the_Contact_of_Inte.pdf
- Seabra, C., Dolnicar, S., Abrantes, J. L., & Kastenholz, E. (2013). Heterogeneity in risk and safety perceptions of international tourists. *Tourism Management*, 36, 502-510. Obtido em 25 de abril de 2022, de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0261517712001677?token=E2D8FAE7B7702ED5F18691C3F8CA2C0F9E10CDBA46F57D4655BF2C4A25BD0AC93A83461AAB4923B22EB52827B3698061&originRegion=eu-west-1&originCreation=20220429135301>
- Seabra, C., Pereira, A., Silva, C., Abrantes, J. L., Reis, M., & Paiva, O. (2020). Destination image perceived by domestic tourists: The influence of Generation Gap. *European Journal of Tourism Research*, 25(2506), 1-22. Obtido em 25 de abril de 2022, de <https://estudogeral.uc.pt/handle/10316/95121>
- Serrano, M. (2016). *Relatório de Estágio*. Instituto Politécnico da Guarda /Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto. Obtido em 14 de outubro de 2021, de <http://bdigital.ipg.pt/dspace/handle/10314/3675>
- Silveira, L. E. (2016). *O turismo de iates - Estratégia de desenvolvimento para a Figueira da Foz*. Tese de Doutoramento, Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Departamento de Geografia e Turismo, Coimbra. Obtido em 29 de outubro de 2021, de <https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/31172>
- Siza, A. (24 de abril de 2019). *Siza Vieira projeta torre de observação na Serra das Talhadas em Proença-a-Nova*. Obtido em 15 de outubro de 2021, de [espacodearquitetura](https://www.espacodearquitetura.com):

- <https://espacodearquitetura.com/noticias/siza-vieira-projeta-torre-de-observacao-na-serra-das-talhadas-em-proenca-a-nova/>
- Sönmez, S. F. (1998). Tourism, terrorism, and political instability. *Annals of Tourism Research*, 25(2), 416-456. Obtido em 25 de abril de 2022, de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0160738397000935?token=1A6DE08F005E8BD8A0091E577F61E3A275406F29F771F23AD46FF1976F1641E3069453F69F64C238AEFE91593844B2EC&originRegion=eu-west-1&originCreation=20220503104752>
- Turismo Centro de Portugal. (2019). *Estrutura Interna da TCP*. Obtido em 18 de janeiro de 2022
- Turismo Centro de Portugal. (28 de julho de 2021). *Proença-a-Nova na Rota da Guerra Peninsular*. Obtido em 14 de outubro de 2021, de turismodocentro: <https://turismodocentro.pt/2021/07/proenca-a-nova-na-rota-da-guerra-peninsular/>
- Turismo Centro de Portugal. (24 de fevereiro de 2022). *6ª Edição do Concurso de Teses Académicas TCP*. Obtido em 20 de julho de 2022, de turismodocentro: <https://turismodocentro.pt/investidores-artigo/6a-edicao-do-concurso-de-teses-academicas-tcp/>
- Turismo Centro de Portugal. (2022). *Prémio José Manuel Alves-Concurso de Empreendedorismo Turístico*. Obtido em 20 de julho de 2022, de turismodocentro: <https://turismodocentro.pt/investidores/investe-no-centro/concursos-tcp/premio-jose-manuel-alves-concurso-de-empreendedorismo-turistico/>
- Turismo de Portugal. (s.d.). *Turismo 2020: Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal*. Obtido em 29 de outubro de 2021
- Um, S., & Crompton, J. L. (1992). The Roles of Perceived Inhibitors and Facilitators in Pleasure Travel Destination Decisions. *Journal of Travel Research*, 18-25. Obtido em 6 de junho de 2022
- Um, S., & L.Crompton, J. (1990). Attitude determinants in tourism destination choice. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 432-448.
- Uysal, M., & Jurowski, C. (1994). Testing the Push and Pull Factors. *Annals of Tourism Research*, 21, 844-846. Obtido em 25 de abril de 2022
- Veal, A. (2018). *Research Methods for Leisure and Tourism, 5th Edition*. Pearson.
- Vilhena, M. A. (1995). *Gentes da Beira Baixa: Aspectos Etnográficos do Concelho de Proença-a-Nova*. (F. M. Ferro, Ed.) Lisboa: Edições Colibri. Obtido em 21 de outubro de 2021
- Wachinger, G., Renn, O., Begg, C., & Kuhlicke, C. (2013). The risk perception paradox-implications for governance and communication of natural hazards. *Risk Analysis*, 33(6), 1049-1065. Obtido em 25 de abril de 2022
- Westbrook, G., & Angus, A. (2021). *Top 10 Global Consumer Trends 2021*. Obtido em 25 de abril de 2022, de <https://go.euromonitor.com/white-paper-EC-2021-Top-10-Global-Consumer-Trends.html>
- World Economic Forum. (2021). *The Global Risks Report 2021*. Obtido em 25 de abril de 2022, de https://www3.weforum.org/docs/WEF_The_Global_Risks_Report_2021.pdf
- World Tourism Organization and International Labour Organization. (2013). *Economic Crisis, International Tourism Decline and its Impact on the Poor*. Madrid. Obtido em 25 de abril de 2022, de <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284414444>

- World Travel & Tourism Council. (2021). *Travel & Tourism: Economic Impact 2021*. Obtido em 30 de outubro de 2021, de <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Global%20Economic%20Impact%20and%20Trends%202021.pdf>
- World Travel & Tourism Council. (2020). *Travel & Tourism: Global Economic Impact & Trends 2020*. Obtido em 30 de outubro de 2021, de <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2020/Global%20Economic%20Impact%20Trends%202020.pdf?ver=2021-02-25-183118-360>
- Yang, E. C., & Nair, V. (2014). Tourism at Risk: A Review of Risk and Perceived Risk in Tourism. *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism (APJIHT)*, 3(2), 239-259. Obtido em 25 de abril de 2022, de <https://link.springer.com/content/pdf/10.7603/s40930-014-0013-z.pdf>
- Zhu, H., & Deng, F. (2020). How to Influence Rural Tourism Intention by Risk Knowledge during COVID-19 Containment in China: Mediating Role of Risk Perception and Attitude. *International Journal Environmental Research Public Health*, 17, 1-23. Obtido em 25 de abril de 2022

ANEXOS

Anexo 1 Alojamentos locais sedeados no Município de Proença-a-Nova

Nome do Alojamento	Modalidade	Localização	Nº Camas	Nº Utentes
Oliva Welcoming Apartments	Apartamento	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral	5	6
Oliva Welcoming Apartments	Apartamento	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral	4	6
Oliva Welcoming Apartments	Apartamento	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral	5	6
Oliva Welcoming Apartments	Apartamento	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral	4	6
Oliva Welcoming Apartments	Apartamento	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral	5	6
Oliva Welcoming Apartments	Apartamento	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral	4	6
Monte das Cerejas	Morada	Freguesia de Montes da Senhora	3	6
Casa do Resineiro	Morada	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral	4	8
A Sobreirinha	Morada	União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira	3	6
Casa da Ordem	Morada	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral	3	6
CASAS DA CABRIEIRA - ALOJAMENTO LOCAL, LDA	Morada	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral	3	6
Casa Principal	Morada	União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira	3	5

O Palheiro	Moradia	União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira	3	6
Fundo dos Palheiros	Moradia	União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira	3	5
Casas dos Carregais - Casa do Limoeiro	Moradia	Freguesia de Montes da Senhora	2	3
Casa das Andorinhas II	Moradia	União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira	6	6
Casa das Andorinhas I	Moradia	União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira	1	2
Azoka	Moradia	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral	2	4
Casa Rural Pucariças	Moradia	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral	4	6
Casa Vega	Moradia	Freguesia de Montes da Senhora	4	6
Luz das Estrelas	Moradia	Freguesia de Montes da Senhora	2	2
A Casa Oculta	Moradia	União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira	2	4
Casa do Adro	Moradia	União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira	2	4
Cão Sertainho	Moradia	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral	4	6
Casas dos Carregais - Casa do Castanheiro	Moradia	Freguesia de Montes da Senhora	3	6

Casas dos Carregais - Casa da Ameixeira	Moradia	Freguesia de Montes da Senhora	2	5
Casa do Vale d'Urso	Moradia	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral	5	8
Casas dos Carregais	Moradia	Freguesia de Montes da Senhora	4	6
Casas dos Carregais	Moradia	Freguesia de Montes da Senhora	2	4
Casas dos Carregais	Moradia	Freguesia de Montes da Senhora	2	3
Casas dos Carregais	Moradia	Freguesia de Montes da Senhora	1	3
Suites do Pinhal	Estabelecimento de hospedagem	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral	20	30
Casas da Encosta	Moradia	União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira	4	5
Manuel Dias Cardoso	Moradia	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral	5	6
Casa da Avó Céu	Moradia	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral	2	4
Quinta da Eira	Moradia	União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira	2	4
Quinta da Eira	Moradia	União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira	2	4
Casa da Travessa	Moradia	União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira	1	2
Casa do Ferro	Moradia	União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira	1	2

Casa da Cancela	Moradia	União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira	2	4
Casa do Pátio	Moradia	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral	2	4
Casa da Avó	Moradia	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral	3	6
Casa da Queda d' Água	Moradia	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral	3	6
Casa do Forno	Moradia	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral	2	4
Casa do Salão	Moradia	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral	2	4
Casa da Ti Augusta	Moradia	União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira	3	5
Casa da Adega	Moradia	União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira	1	2
Casa da Pífara	Moradia	União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira	1	2

Fonte: Elaboração própria a partir da informação disponibilizada no Registo Nacional de Turismo (2022)

Anexo 2 Empreendimentos turísticos sedeados no Município de Proença-a-Nova

Nome do Empreendimento	Tipologia	Localização	Capacidade
Parque de Campismo da Aldeia Ruiva	Parque de Campismo e/ou Caravanismo	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral	159
Refúgio do Raposo/ Casa DENEb	Empreendimento de Turismo no Espaço Rural - Casa de campo	Freguesia de Montes da Senhora	6
Casa da Ribeira	Empreendimento de Turismo no Espaço Rural - Agro-turismo	Freguesia de Montes da Senhora	2

Casa do Ocreza	Empreendimento de Turismo no Espaço Rural - Casa de campo	União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira	8
Hotel Rural da Catraia	Empreendimento de Turismo no Espaço Rural - Hotel Rural	Freguesia de Montes da Senhora	20
Casa do Passadiço	Empreendimento de Turismo no Espaço Rural - Casa de campo	União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira	4
A Casa da Lena	Empreendimento de Turismo no Espaço Rural - Casa de campo	União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira	5
AMORAS - Country House Hotel	Estabelecimento Hoteleiro - Hotel	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral	66

Fonte: Elaboração própria a partir da informação disponibilizada no Registo Nacional de Turismo (2022)

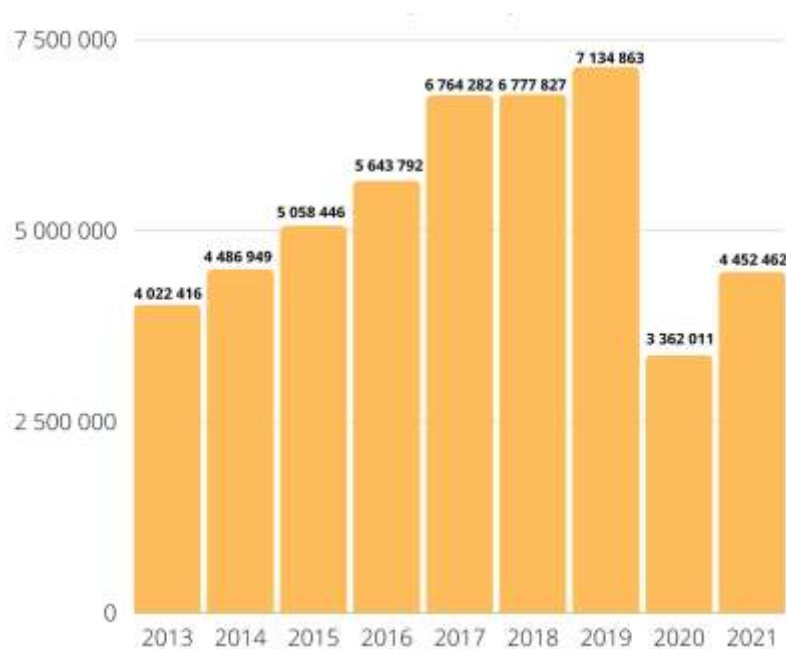
Anexo 3 Estabelecimentos de restauração sedeados no Município de Proença-a-Nova

Nome	Localização
A Catraia	Freguesia de Montes da Senhora
A Rotunda	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral
Boa Viagem	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral
Café/Restaurante O Pereira	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral
Cafetaria SPÍTIMOU	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral
Casa Ti' Augusta	União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira
Churrasqueira Sobreirense	União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira
Despensa-a-Nova	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral
Devesa	União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira
Gostinho da Aurora	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral
Gruta	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral

Milita	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral
Noite e Dia	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral
O 29	União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira
O Ti Zé	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral
Os Amigos	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral
Restaurante/Bar Praia Fluvial da Fróia	União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira
Rosa	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral
Suites do Pinhal	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral
TÄSCÄ na Aldeia Ruiva	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral
TÄSCÄ Proença-a-Nova	União de Freguesias de Proença-a-Nova e Peral
Zona Balnear do Alvito da Beira	União de Freguesias de Sobreira Formosa e Alvito da Beira

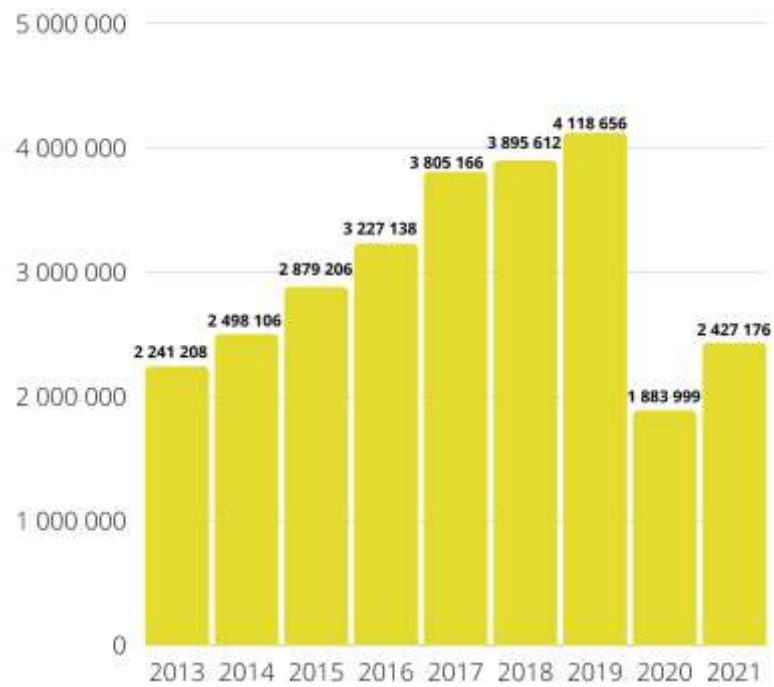
Fonte: Elaboração própria a partir da informação disponibilizada na Agenda Cultural de julho/agosto do Município de Proença-a-Nova (2022)

Anexo 4 Dormidas em alojamento turístico na Região Centro 2013-2021



Fonte: Instituto Nacional de Estatística

Anexo 5 Hóspedes em alojamento turístico na Região Centro 2013-2021



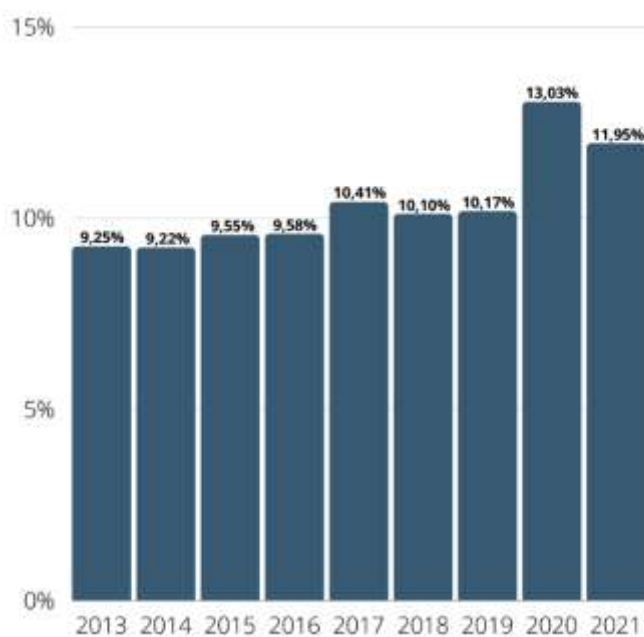
Fonte: Instituto Nacional de Estatística

Anexo 6 Percentagem de dormidas de estrangeiros em alojamento turístico na Região Centro 2013-2021



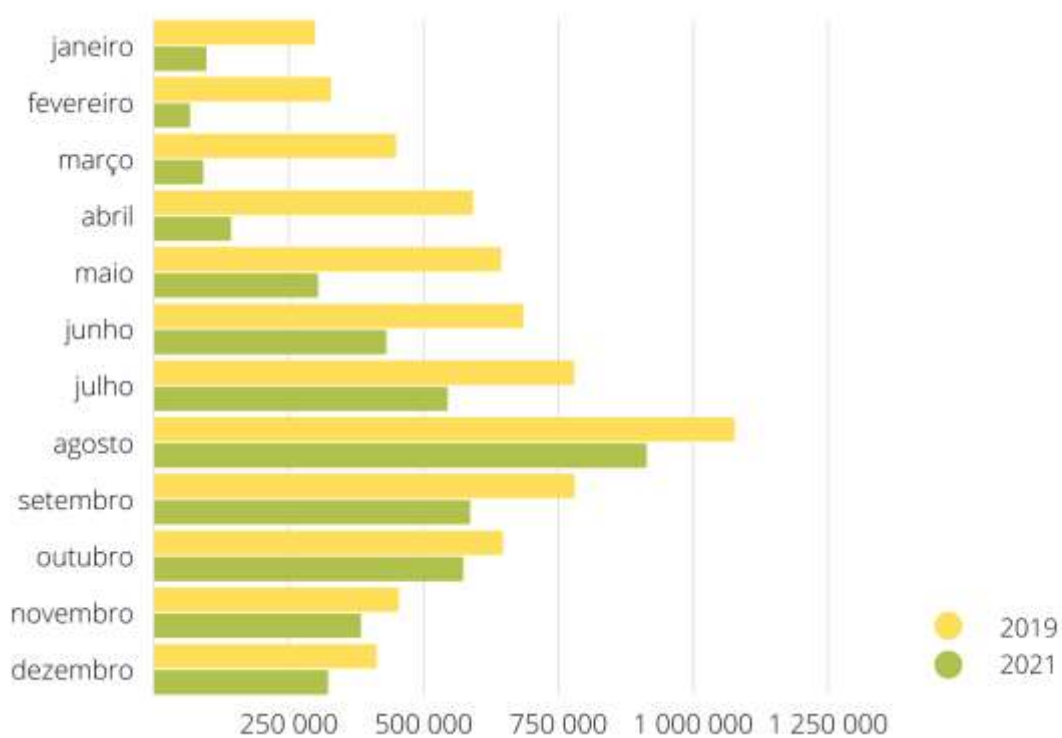
Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2022)

Anexo 7 Quota de dormidas na Região Centro 2013-2021



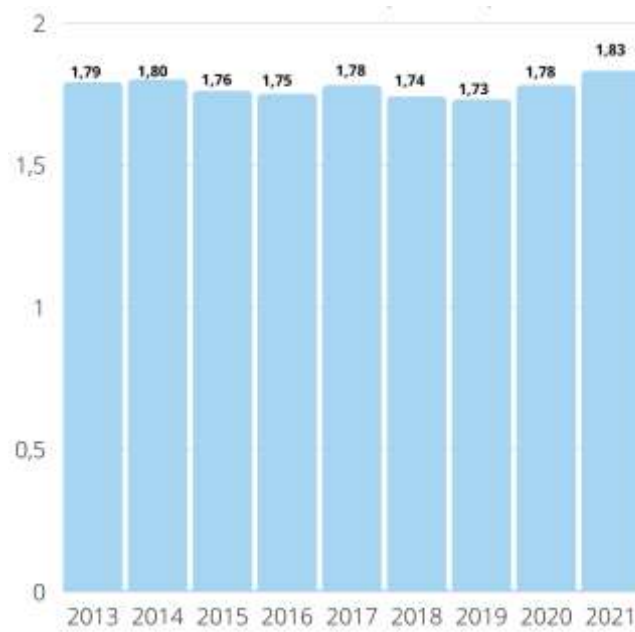
Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2022)

Anexo 8 Sazonalidade em alojamento turístico, em 2019 e 2021, na Região Centro



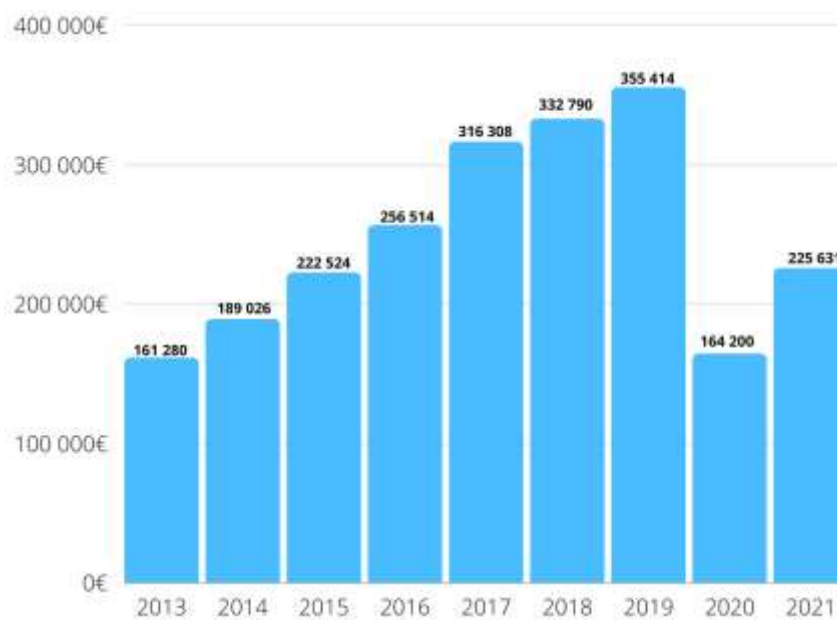
Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2022)

Anexo 9 Estada média em alojamento turístico na Região Centro 2013-2021



Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2022)

Anexo 10 Proveitos totais em alojamento turístico (milhares de €) na Região Centro 2013-2021



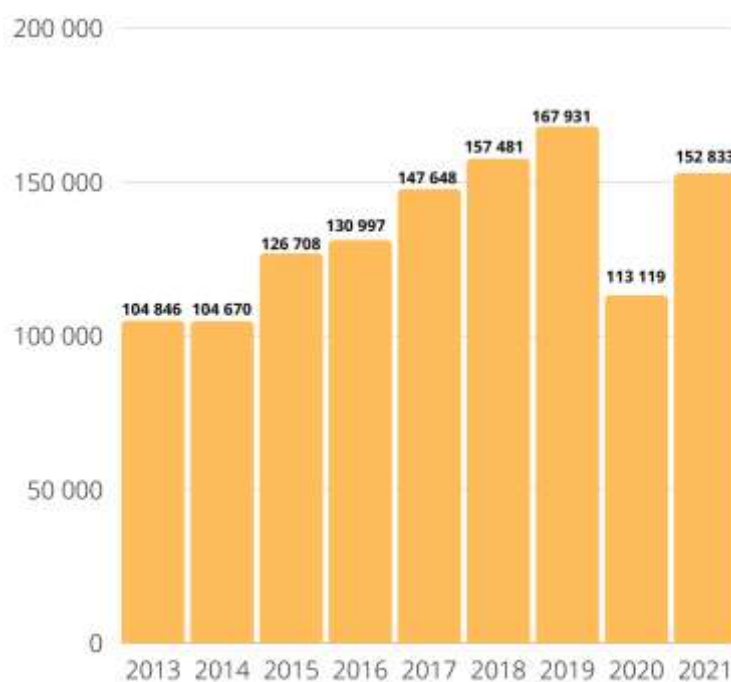
Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2022)

Anexo 11 Top 10 de mercados na Região Centro

Países	Dormidas 2019	Quota 2019	Dormidas 2021	Quota 2021	Var 19-21
 Portugal	4 016 888	56,30%	3 351 767	75,28%	-16,56%
 Mercados Externos	3 117 975	43,70%	1 100 695	24,72%	-64,70%
 Espanha	807 255	11,31%	354 622	7,96%	-56,07%
 França	343 843	4,82%	135 896	3,05%	-60,48%
 Brasil	312 589	4,38%	56 980	1,28%	-81,77%
 Alemanha	204 880	2,87%	87 155	1,98%	-57,46%
 EUA	172 308	2,42%	42 216	0,95%	-75,50%
 Itália	169 940	2,38%	52 733	1,18%	-68,97%
 Reino Unido	129 037	1,81%	48 500	1,09%	-62,41%
 Países Baixos	94 157	1,32%	53 137	1,19%	-43,57%
 R. Coreia	89 576	1,26%	1 578	0,04%	-98,24%

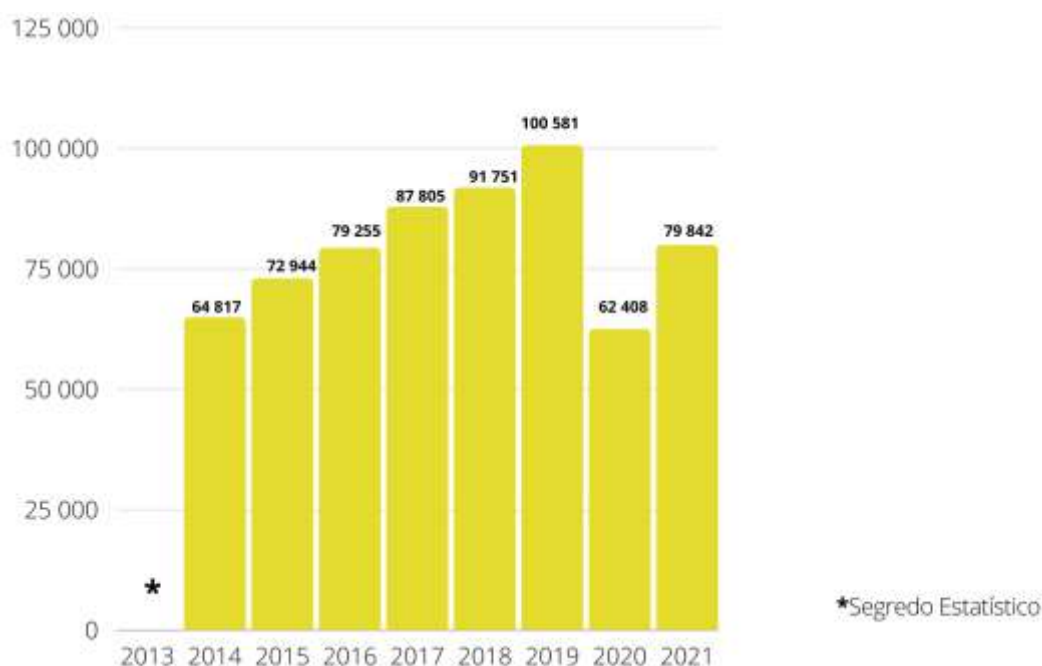
Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2022)

Anexo 12 Dormidas em alojamento turístico na Beira Baixa 2013-2021



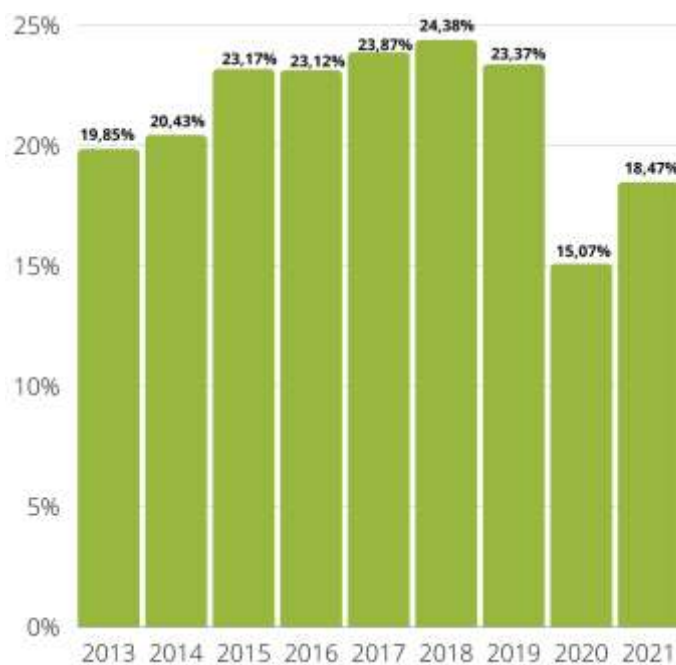
Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2022)

Anexo 13 Hóspedes em alojamento turístico na Beira Baixa 2013-2021



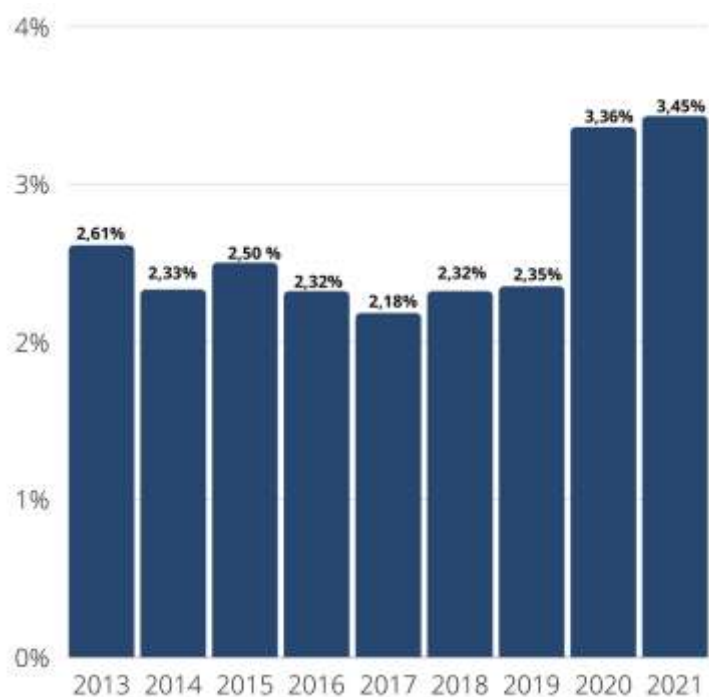
Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2022)

Anexo 14 Percentagem de dormidas de estrangeiros em alojamento turístico na Beira Baixa 2013-2021



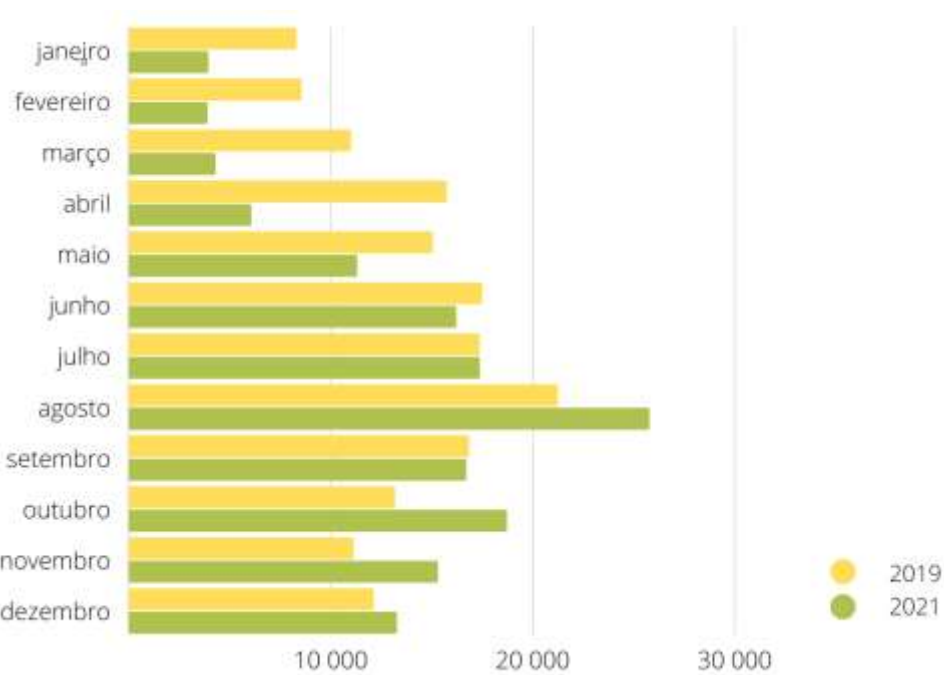
Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2022)

Anexo 15 Quota de dormidas na Beira Baixa 2013-2021



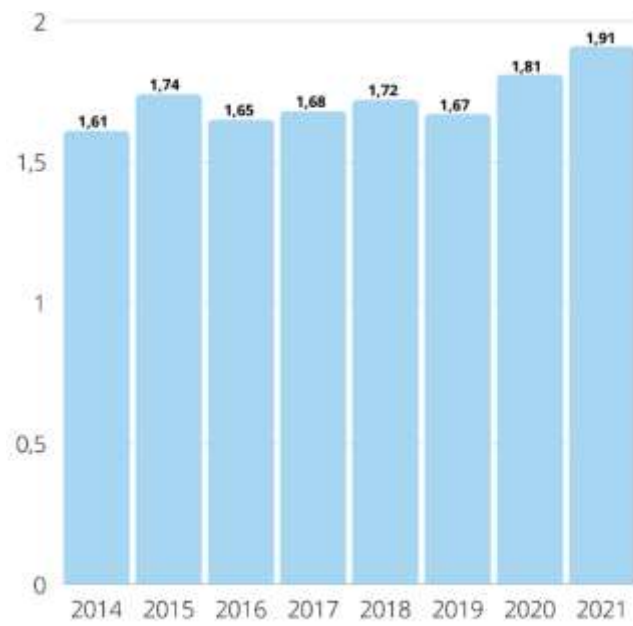
Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2022)

Anexo 16 Sazonalidade em alojamento turístico, em 2019 e 2021, na Beira Baixa



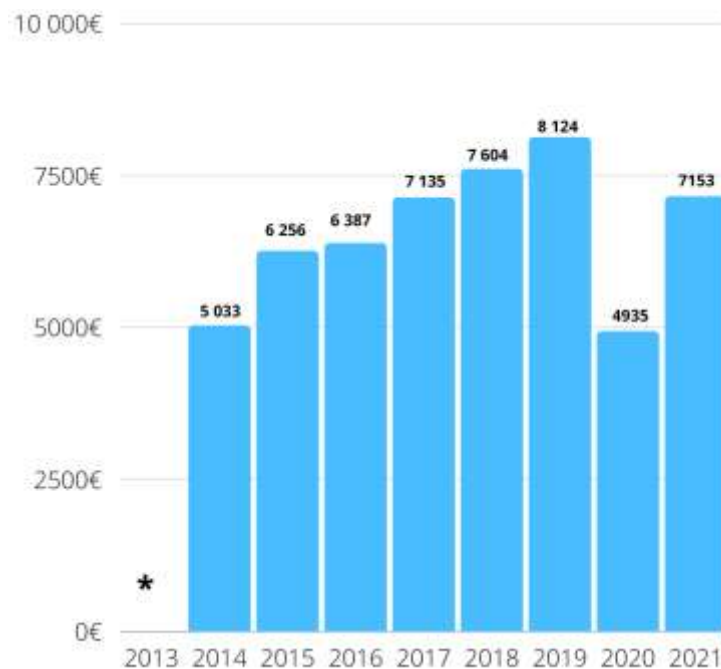
Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2022)

Anexo 17 Estado média em alojamento turístico na Beira Baixa 2013-2021



Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2022)

Anexo 18 Proveitos totais em alojamento turístico (milhares de €) na Beira Baixa 2014-2021



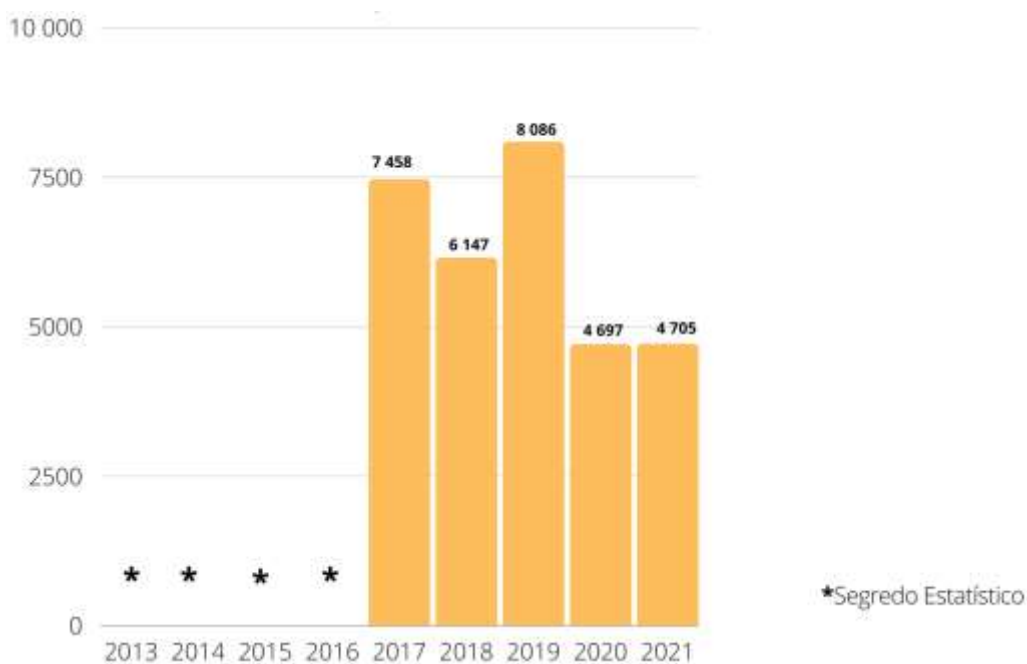
Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2022)

Anexo 19 Top 10 de mercados na Beira Baixa

Países	Dormidas 2019	Quota 2019	Dormidas 2021	Quota 2021	Var 19-21
 Portugal	128 680	76,63%	124 606	81,53%	-3,17%
 Mercados Externos	39 251	23,37%	28 227	18,47%	-28,09%
 Espanha	12 464	7,42%	9 741	6,37%	-21,85%
 França	4 682	2,79%	2 440	1,60%	-47,89%
 Reino Unido	2 421	1,44%	1 595	1,04%	-34,12%
 Brasil	2 292	1,36%	1 163	0,76%	-49,26%
 Alemanha	1 482	0,88%	0	0,00%	-100,00%
 EUA	1 432	0,85%	705	0,46%	-50,77%
 Italia	1 290	0,77%	648	0,42%	-49,77%
 Países Baixos	1 075	0,64%	1 092	0,71%	1,58%
 F. Russia	667	0,40%	71	0,05%	-89,36%

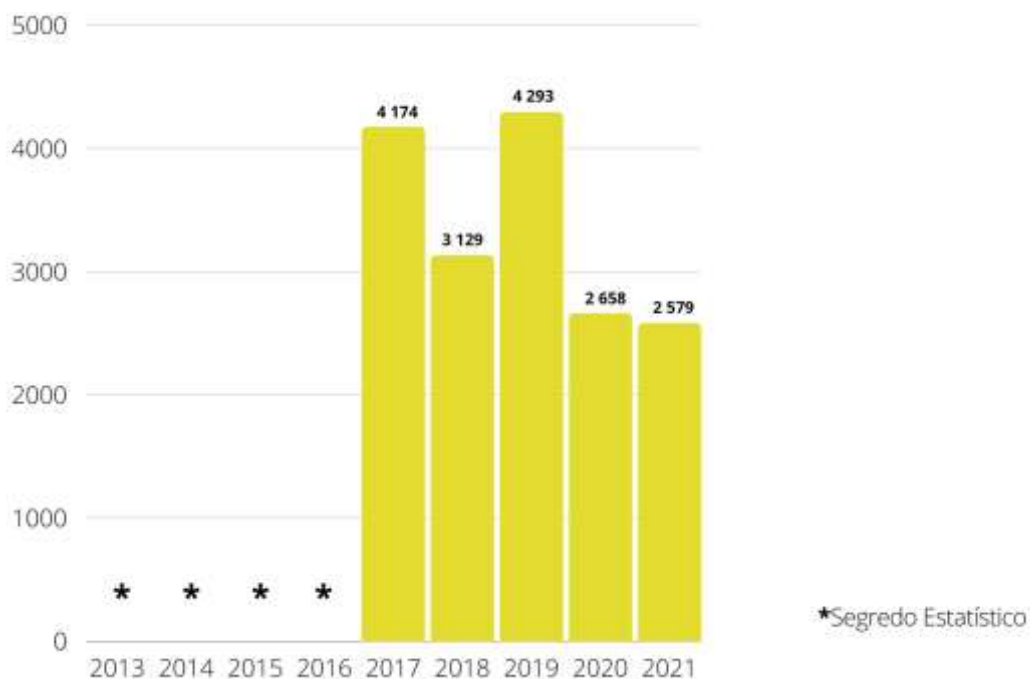
Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2022)

Anexo 20 Dormidas em alojamento turístico em Proença-a-Nova 2017-2021



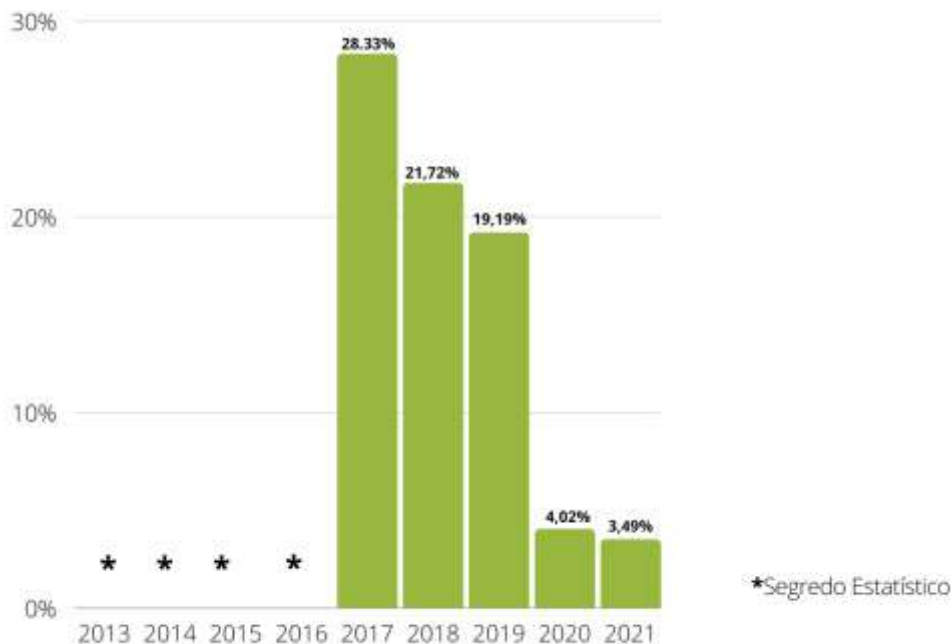
Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2022)

Anexo 21 Hóspedes em alojamento turístico em Proença-a-Nova 2017-2021



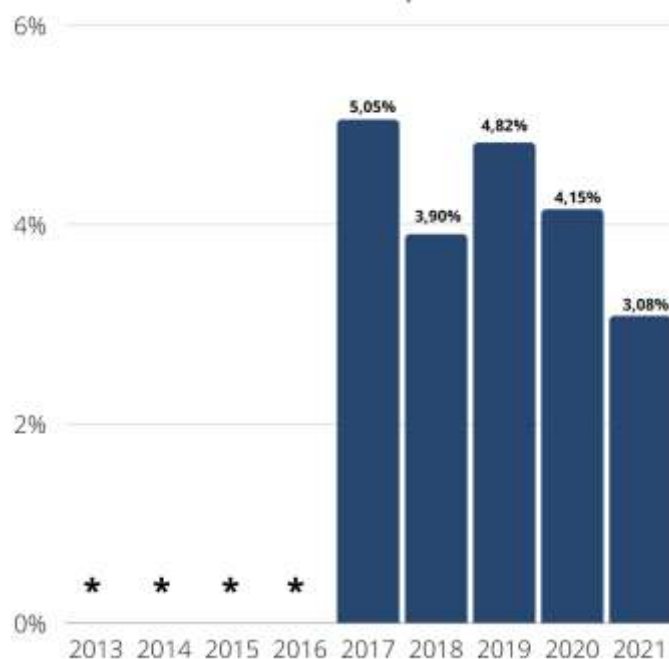
Fonte: Instituto Nacional de Estatística

Anexo 22 Percentagem de dormidas de estrangeiros em alojamento turístico em Proença-Nova 2017-2021



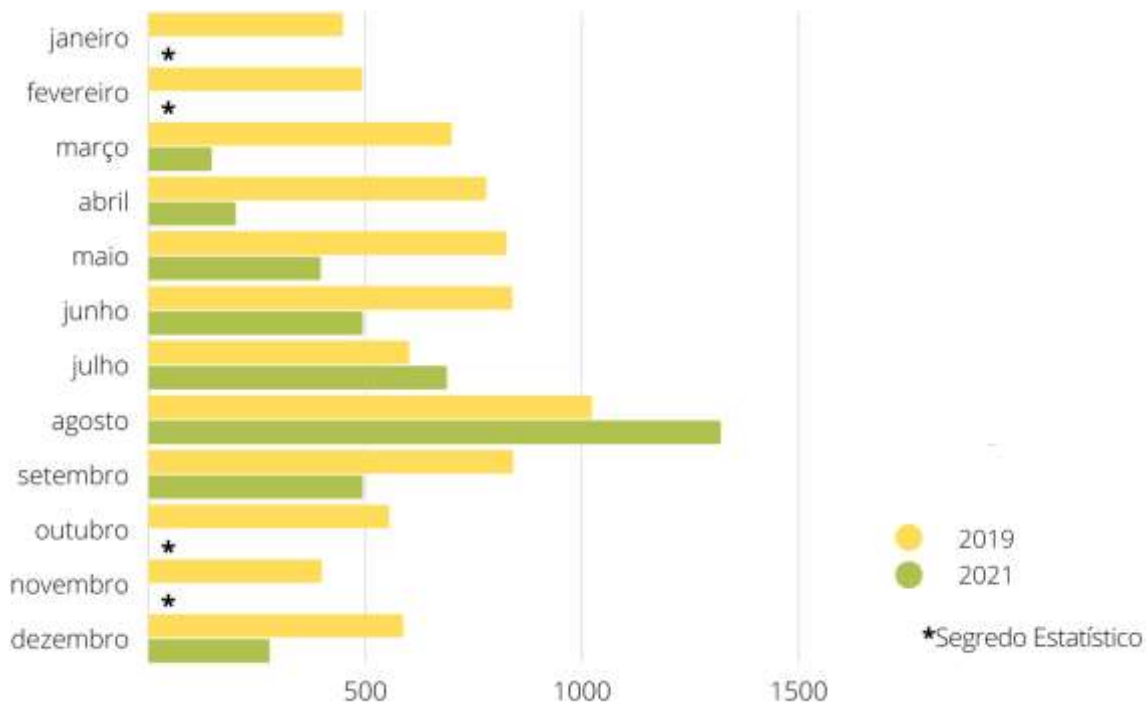
Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2022)

Anexo 23 Quota de dormidas em Proença-Nova 2017-2021



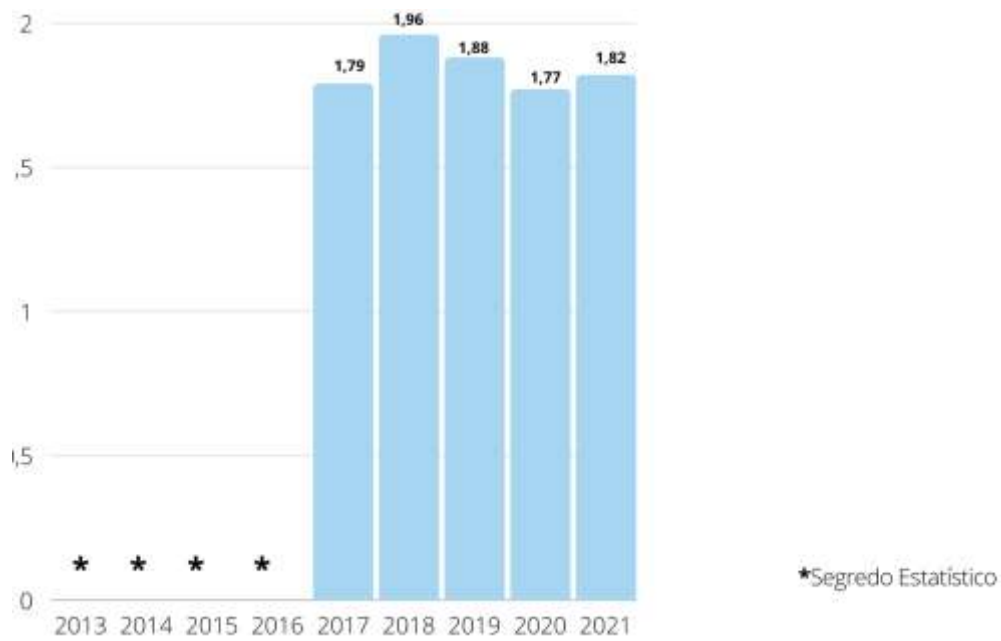
Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2022)

Anexo 24 Sazonalidade em alojamento turístico, no ano de 2019 e 2021, em Proença-a-Nova



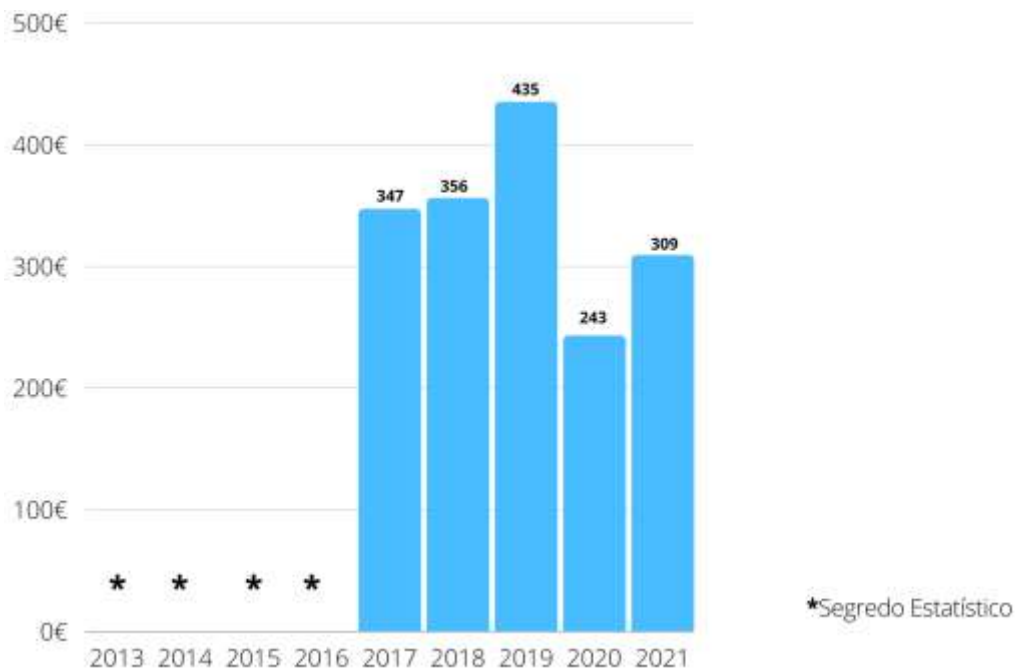
Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2022)

Anexo 25 Estada média em alojamento turístico em Proença-a-Nova 2017-2021



Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2022)

Anexo 26 Proveitos totais em alojamento turístico (milhares de €) em Proença-a-Nova 2017-2021



Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2022)

Anexo 27 Top 10 de mercados em Prouença-a-Nova

Paises	Dormidas 2019	Quota 2019	Dormidas 2021	Quota 2021	Var 19-21
 Portugal	6 534	80,81%	4 541	98,51%	-30,50%
 Mercados Externos	1 552	19,19%	164	3,49%	-89,43%
 França	733	9,07%	5	0,11%	-99,32%
 Espanha	258	3,19%	57	1,21%	-77,91%
 Brasil	239	2,96%	4	0,09%	-98,33%
 Reino Unido	50	0,62%	6	0,13%	-88,00%
 Alemanha	39	0,48%	14	0,30%	-64,10%
 China	32	0,40%	*	*	*
 EUA	18	0,22%	2	0,04%	-88,89%
 Italia	18	0,22%	4	0,09%	-77,78%
 Suiça	17	0,21%	50	1,06%	194,12%

Fonte: Instituto Nacional de Estatística (2022)

Anexo 28 Guião de entrevista sobre a oferta turística do Município de Prouença-a-Nova

Turismo Fluvial

Praia Fluvial da Aldeia Ruiva

Ao longo da minha investigação encontrei informação, no Jornal de Prouença, de que a Praia Fluvial da Aldeia Ruiva, foi eleita pelos leitores do Jornal como melhor Praia da Região Centro, no presente ano, contudo, não encontrei nenhuma informação no *site* do Município acerca desse tema.

1. Desta forma, gostaria de saber se a Aldeia Ruiva recebeu alguma distinção, para além de ser uma Praia Acessível?
2. Relativamente ao alojamento na Aldeia Ruiva, é importante perceber para quantos utentes o Parque de Campismo tem capacidade?
 - 2.1. E os Bungalows?
 - 2.2. Consegue acolher quantas autocaravanas?

Praia Fluvial do Malhadal

3. A Praia Fluvial do Malhadal, durante o verão, dispõe de equipamentos de entretenimento? Quais são?

4. Qual a importância das praias fluviais e zonas balneares para a atratividade do destino Proença-a-Nova?

Turismo cultural e arqueológico/ Turismo Militar

Relativamente à oferta de turismo cultural, arqueológico e de turismo militar presentes no Concelho, gostaria de perceber:

5. Em que consiste o Centro de Interpretação dos Fortes e Baterias de Sobreira Formosa?

5.1. É possível visitar o local?

6. A que se deve a integração de Proença-a-Nova na Rota de Turismo Militar?

6.1. Em que consiste a Rota de Turismo militar no concelho de Proença-a-Nova?

7. Qual a importância que a Rota de Turismo Militar tem ou vai ter futuramente para a atratividade turística de Proença?

Turismo de Natureza/Aventura/Desportivo

Geoparque Naturtejo

Como sabemos, o concelho de Proença-a-Nova integra o Geopark Naturtejo da Meseta Meridional.

8. Que recursos do Município se distinguem no Geopark?
9. Como é feita a integração do Município de Proença-a-Nova no Geopark?

Percursos Pedestres

10. Como caracteriza os percursos pedestres de pequena rota existentes no Município?
11. E a Grande Rota da Cortiçada?

BTT

12. Quantos percursos de BTT se encontram marcados no território?
13. Encontram-se já todos marcados e aptos a serem realizados?

Escalada

14. Em que locais é possível realizar escalada?
15. A Escalada nas Portas do Almourão encontra-se dividida por 4 setores?

Miradouros

16. Quantos miradouros existem em Proença-a-Nova?

16.1. É possível enumerá-los?

17. Que miradouros no Município são naturais?

18. Quais são construídos?

Geocaching

19. As atividades de geocaching não são um tema muito abordado no Município, mas é importante perceber como distingue as atividades de geocaching em Proença-a-Nova?

20. Acredita que as atividades de geocaching tem potencialidade turística em Proença-a-Nova?

21. Qual a importância do turismo de natureza, aventura e desportivo para a atratividade do destino Proença-a-Nova?

Roteiros Turísticos

Projeto Rota das Aromáticas

22. A Rota das Aromáticas, foi um evento realizado no Município de Proença-a-Nova?

22.1 Em que consistiu?

23. Em que consiste o Trilho das Aromáticas, que se relaciona com a Rota das Aromáticas?

23.1. Encontra-se em desenvolvimento ou já foi executado?

Roteiro das Artes

24. Como caracteriza o Roteiro das Artes?

25. Conta com quantas obras?

25.1. Pode enumerá-las?

26. O mural dos Montes da Senhora, pintado por Carlos Farinha, já foi realizado? Como se vai designar?

Rota dos Lagares

No site do Município, encontra-se informação acerca da Rota de Lagares em laboração. Desta forma, gostaria de perceber:

27. Quantos Lagares se encontram em laboração, atualmente?

28. A Rota dos Lagares, foi um evento realizado ou é uma Rota que se encontra estabelecida pelo Município que pode ser realizada por um turista que visite o concelho?

28.1. Como caracteriza esta Rota?

29. Qual a importância dos roteiros abordados anteriormente para a atratividade do destino Proença-a-Nova?

Património Religioso

30. No site do Município encontram-se todas as igrejas e capelas do concelho?

31. Podemos considerar este património religioso um recurso turístico?

Património Arquitetónico

32. Que pontes antigas, moinhos de vento e de água se destacam, em termos turísticos, no Município?

33. E quais os fornos comunitários, fontanários e fontes de mergulho que possuem maior importância turística?

34. Qual a importância deste património para a atratividade do destino Proença-a-Nova?

Gastronomia

Como sabemos, a gastronomia do Município baseia-se muito na ciprinicultura e na apicultura, dado que, no passado estas atividades predominaram no concelho.

35. Assim sendo, gostaria de saber quais os produtos gastronómicos que se destacam no concelho para além do maranho e da tigelada?

36. Relativamente à tigelada, percebemos que é um produto gastronómico bastante conceituado no território, existindo até uma fábrica da Tigelada na aldeia de Pegulho.

36.1. Esta fábrica da Tigelada encontra-se em funcionamento?

36.2. É um local possível de visitar?

Tradições

As tradições são outro elemento diferenciador do concelho, apresentando-se como uma forma de valorizar a cultura local, contribuindo para a preservação dos saberes e vivências “de outros tempos”.

37. Quais são as tradições que se destacam em Proença-a-Nova?

Marca Proença-a-Nova Origens

38. Que entidade desenvolveu a Marca Proença-a-Nova Origens?
39. O que se pretendeu com a criação da Marca Proença-a-Nova Origens?
40. Em que locais os produtos da marca Proença- a - Nova Origem podem ser adquiridos?

Questão de opinião

41. Quais são para si os elementos distintivos da oferta turística do Município de Proença-a-Nova?
42. Na sua opinião que estratégia(s) seria necessária para tornar o destino mais atrativo?

Anexo 29 Guião de entrevista sobre os eventos no Município de Proença-a-Nova

1. Quais os eventos com maior destaque no Município de Proença-a-Nova?
2. Qual a tipologia de eventos que mais se distingue?
3. Quais os eventos que contribuem para a atratividade turística do Município?
 - 3.1. Estes eventos fazem com que os turistas pernoitem no concelho?
 - 3.2. O Município tem algum mecanismo de contabilização do número de participantes nos eventos?
 - 3.3. Dos eventos em que há inscrições, quais tiverem mais participantes?
 - 3.4. Qual o evento com mais edições?
4. Que eventos decorrem no concelho fora da época alta (considerando-a entre julho e setembro)?
5. Os eventos tem impacto na restauração e comércio local do Município?
6. Os eventos realizados no concelho têm em consideração as tradições, os recursos locais e os produtos endógenos?
7. Os eventos dos Municípios vizinhos contribuem para o aumento da estada média do concelho de Proença-a-Nova ou fazem com que aumente a afluência de pessoas ao Município? Se sim quais são esses eventos?
8. O que considera que deve ser alterado para melhorar a atratividade dos eventos?
9. Considera que os eventos podem ser um meio de combater a sazonalidade do destino?

Anexo 30 Inquérito por questionário**Procura Turística de Proença-a-Nova**

Este questionário constitui parte integrante de um relatório de estágio sobre a procura turística do Município de Proença-a-Nova, no âmbito do Mestrado em Turismo Território e Patrimónios da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra (UC). Este é um questionário destinado a indivíduos que visitem o destino Proença-a-Nova. Solicita-se a sua colaboração para o seu preenchimento enquanto visitante deste concelho.

I. MOTIVAÇÃO DE VIAGEM

As questões deste grupo têm como objetivo perceber as motivações que o levaram a escolher o destino Proença-a-Nova.

1. Motivação de escolha do destino:

- Património
- Natureza
- Gastronomia
- Enoturismo
- Desporto
- Termas/Spa
- Praia
- Congresso
- Religião
- Evento
- Visita a Familiares e amigos
- Negócios

1.1. Se outra, por favor especifique.

2. Avalie, numa escala de 1 a 5 (1=nada importante; 5= extremamente importante), as motivações para a escolha do destino Proença-a-Nova.

Desfrutar do ambiente natural.

1. 2. 3. 4. 5.

Trilhos e caminhadas em ambiente natural.

1. 2. 3. 4. 5.

Afastar-se da rotina do quotidiano.

1. 2. 3. 4. 5.

Apreciar a paisagem do destino.	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Apanhar ar puro.	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Afastar-se das notícias da comunicação social, incluindo televisão e internet.	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Experimentar uma tipologia de turismo diferente.	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Praticar atividade física.	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Conhecer pessoas novas.	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Passar tempo sozinho.	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Aumentar a proximidade com familiares e amigos.	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Realizar atividades de aventura.	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Visitar locais que não conhecia.	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Estar em contacto com a natureza.	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Motivos profissionais.	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Participar em eventos culturais.	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Ir a lugares com características históricas, culturais e riqueza patrimonial.	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Voltar às origens.	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Relaxar.	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Melhorar a saúde.	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Prestígio do território.	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>

II- IMAGEM DO DESTINO

As questões deste grupo têm como objetivo perceber qual é a imagem do destino Proença-a-Nova

1. Indique o nível de oferta de Proença-a-Nova para cada um dos atributos listados, dentro da seguinte escala de 1 a 5 (1=Oferece muito pouco; 5=Oferece muito)

Ar puro	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Ambiente familiar	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Património histórico	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Fuga à rotina	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Gastronomia local	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Património cultural	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Atrações naturais	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Experiência autêntica e genuína	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Recordações/Memórias do passado	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>

Boa qualidade de vida	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Ritmo de vida mais lento	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Isolamento do território	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
História e lendas locais	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Contacto com a vida rural local	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Autenticidade	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Oportunidades de interação social	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Sensação de calma e tranquilidade	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Qualidade ambiental	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Paisagem natural	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Proximidade e contacto com a Natureza	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Tempo para estar com a família	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Tradições locais	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Silêncio e paz	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Estilo de vida saudável	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Paisagem cultural	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>
Hospitalidade da população local	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>

2. Como classifica o destino Proença-a-Nova, numa escala de 1 a 5?

Desagradável	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>	Agradável
Parado	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>	Excitante
Adormecido	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>	Desperto
Perturbador	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>	Relaxante
Negativo	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>	Positivo
Aborrecido	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>	Divertido
Familiar	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>	Novo
Triste	1. <input type="radio"/> 2. <input type="radio"/> 3. <input type="radio"/> 4. <input type="radio"/> 5. <input type="radio"/>	Feliz

III- LIGAÇÃO AO DESTINO

As questões deste grupo têm como objetivo medir a ligação ao destino Proença-a-Nova.

1. Indique as suas intenções, dentro da seguinte escala (1=Decididamente não; 5= Decididamente sim).

Recomendaria o destino Proença-a-Nova para visitar?

1. 2. 3. 4. 5.

Tenciona regressar a este destino?

1. 2. 3. 4. 5.

2. Indique o seu grau de satisfação, dentro da seguinte escala (1=Nada satisfeito; 5=Muito satisfeito).

Qualidade da visita em Proença-a-Nova

1. 2. 3. 4. 5.

Qualidade das experiências vividas em Proença-a-Nova

1. 2. 3. 4. 5.

Qualidade de vida em Proença-a-Nova

1. 2. 3. 4. 5.

IV- PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

Estas questões têm como objetivo apenas a sua utilização como variáveis estatísticas de controlo e segmentação.

1. Género

- Masculino
- Feminino
- Outro

2. Ano de nascimento _____

3. Nacionalidade do visitante _____

4. Região de proveniência _____

5. Habilitações literárias

- Até 6 anos de escolaridade, inclusive
- Até 9 anos de escolaridade, inclusive
- Até 12 anos de escolaridade, inclusive
- Ensino Superior

6. Ocupação profissional

- Empresário(a) em nome individual
- Profissional liberal
- Quadro médio/superior
- Funcionário(a) comercial ou administrativo
- Operário(a)
- Pensionista/Reformado(a)
- Doméstica/Desempregado(a)
- Estudante

V- CARATERIZAÇÃO DA VIAGEM

Estas questões têm como objetivo apenas a sua utilização como variáveis estatísticas de controlo e segmentação.

1. Quantas vezes visitou o destino Proença-a-Nova? _____

2. Duração desta viagem no destino Proença-a-Nova (indique, por favor, número de noites)?

3. Constituição do grupo de viagem:

- Sozinho (a)
- Companheiro (a)
- Família
- Filhos
- Amigos
- Grupo organizado

4. Qual a principal fonte de informação para a escolha do destino?

- Internet
- Recomendação de Familiares e Amigos
- Publicidade
- Folheto/ Brochura
- Indicação de agência de viagem
- Guia Turístico
- Revistas
- Feiras
- Outro

5. Email: _____

Muito obrigado pela sua colaboração!