

Versão original do Trabalho de Investigação sobre as causas porque Santarém não é um Destino Turístico de eleição como Fátima, Tomar, Óbidos ou mesmo Rio Maior.

O trabalho foi elaborado de forma objectiva com a visão imparcial de um Investidor, que inevitavelmente colidiu com o politicamente correcto vigente nas Universidades, em que a informação tem que ser sanitizada e não incómoda. Foi censurado pelas ideologias vigentes desta época em que foi escrito, e o resultado final cortado, publicado pela Escola Superior de Hotelaria do Estoril violando a Ortografia em vigor de 1944.

Também foram eliminados dados com a alegação de conflito de interesses, removendo informações pertinentes sobre a realidade do Concelho e que são problemas Nacionais.

Esta versão não foi concordada pelo Orientador, pelo Arguente que solicitou inúmeras eliminações de dados que aqui são preservados e pelo Presidente que ao contrário do que é tradicional ser um observador, efectuou uma intervenção política em acordo com a actual época.

Este trabalho é a conclusão de um percurso iniciado em 2012 com a Licenciatura em Gestão do Lazer e Animação Turística, onde parcialmente atendi a Disciplinas das Licenciaturas de Gestão Turística e Gestão Hoteleira, precedido do presente Mestrado com o propósito de criar uma empresa com várias valências num território subdesenvolvido em termos de Turismo, e é nesse sentido que o trabalho foi edificado no terreno influenciando o desenvolvimento, recorde e não indico o autor: *“não ser mais um trabalho para ficar na gaveta”*.

Aqui agradeço a mais pessoas pelas colaborações e envolvimento com o percurso empresarial/académico e que não constam do trabalho cortado.

De que serve por um instante ser bonito e eternamente hipócrita?



Mestrado em Turismo
Especialização em Gestão Estratégica de Destinos Turísticos

Desenvolvimento Turístico do Concelho de Santarém

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

António Manuel dos Santos Bandarra



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Mestrado em Turismo
Especialização em Gestão Estratégica de Destinos Turísticos

Desenvolvimento Turístico do Concelho de Santarém

Relatório de Estágio apresentado à Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril para a obtenção do grau de Mestre em Turismo, Especialização em Gestão Estratégica de Destinos Turísticos

António Manuel dos Santos Bandarra

Orientador: ~~Professor Doutor João Reis~~

2018

Esta versão cumpre a Lei em vigor e é redigida em Língua Portuguesa Internacional falada em todos os outros Países que pertencem à Lusofonia (CPLP, 2017).

E pela População Nacional que cumpre a Ortografia vigente promulgada pelo Decreto-Lei nº 35.228/1945 de 8 de Dezembro, e depois ratificada com alterações mínimas pelo Decreto-Lei nº 32/1973 de 6 de Fevereiro sendo que até à data, nada na ordem jurídica interna portuguesa veio revogar estes Decretos-Lei.

CPLP (2017). *Comunidade dos Países de Língua Portuguesa*. [on line]. Disponível em <https://www.cplp.org/Default.aspx?ID=3913> [Consultado a 12/11/2017]

FERNANDES, Carlos (2016). *O acordo ortográfico de 1990 não está em vigor*. Lisboa: Guerra & Paz.

DRE (2017). [on line]. *Decreto-lei 35402, de 27 de Dezembro*. Disponível em <https://dre.tretas.org/dre/297540/decreto-lei-35402-de-27-de-dezembro> [Consultado a 12/11/2017]

Many people, especially ignorant people, want to punish you for speaking the truth, for being correct, for being you. Never apologize for being correct, or for being years ahead of your time. If you're right and you know it, speak your mind. Speak your thoughts. Even if you are a minority of one, the truth is still the truth.

Muitas pessoas, especialmente pessoas ignorantes, querem puni-lo por falar a verdade, por estar correcto, por ser você. Nunca se desculpe por estar correcto ou por estar anos à frente do seu tempo. Se você está certo e sabe disso, fale o que pensa. Diga o que pensa. Mesmo se você é uma minoria de Um só, a Verdade ainda é a Verdade.

Mahatma Ghandi – Theosophy World (2018)

Quero agradecer especialmente ao Professor Doutor João Reis por ter aceite ser o orientador deste Estágio de Natureza Profissional, valorizar a sua grande disponibilidade, o muito precioso tempo tomado e a grande dedicação. Foi através das inúmeras revisões, notas e indicações ministradas que é possível apresentar este documento. Também ao Mestre Luís Moutinho que aceitou ser o supervisor no local de estágio pela imensa dedicação e reparos inestimáveis e orientações prestadas para a prossecução da realização do presente trabalho.

Na Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (ESHTE), os meus agradecimentos também aos Professores Fernando Completo e Nuno Gustavo.

Na Instituição de acolhimento por ordem cronológica, agradeço às pessoas dos órgãos gestores da Cultura e Turismo da Câmara Municipal de Santarém: Conceição Prino, Luís Moutinho, Lúcia Militão e Vânia Rafael. Embora sem um contacto direto, também ao Presidente da CMS Ricardo Gonçalves e à Vereadora da Cultura Maria Inês Lopes.

Além da CMS, agradeço aos vários Presidentes de Junta de Freguesia, como Pernes, Luís Emílio; o Presidente da União de Freguesias de São Vicente do Paúl e Vale Figueira Ricardo Costa e o Presidente da União de Freguesias de Casével e Vaqueiros Carlos Trigo.

À NERSANT (Associação Empresarial), a António Campos e Barbara Neves. À Alexandra Xisto (Museu Diocesano de Santarém), a Pedro Canavarro (Fundação Passos Canavarro), e a Paulo Oliveira (Pastelaria Bijou e a doçaria típica regional). Na Comunidade Intermunicipal da Lezíria do Tejo (CIMLT), a Alexandra Machado. E na Escola Superior de Ensino (ESE) de Santarém, a Professora Ana Silva. No Instituto Superior de Línguas e Administração (ISLA) de Santarém, ao Professor Vasco Ribeiro.

E ademais pessoas que, pelo seu voluntarismo, contribuíram para este desafio. Quero registar os trabalhos de José Gaspar, de Vale Figueira, e Patrícia Silva, de Casével, que se disponibilizaram em deslocações no terreno, levando a conhecer os recursos do património natural, paisagístico e arqueológico existentes.

O meu apreço aos Mestres que com as suas Dissertações publicadas, auxiliaram na orientação da elaboração da estrutura do presente documento (MOUTINHO, 2007; ALEIXO, 2010; FERREIRA, 2013; JULIÃO, 2013), e Olga Tulba (sem citações).

Resumo

Com o propósito de compreender quais os factores que condicionam o destino turístico Santarém, foi celebrado um Protocolo de Estágio tripartido entre o discente, a ESHTE e a Câmara Municipal de Santarém (CMS). Decorreu entre 15 de dezembro de 2017 e 15 de março de 2018.

Sobre a região, há a reportar que a presença humana está registada desde o Paleolítico, sendo ininterrupta até aos dias atuais. O espaço onde se ergue actualmente a cidade de Santarém sempre foi um local estratégico sobranceiro ao Rio Tejo, o qual foi até ao Séc. XX, uma via fluvial de escoamento de mercadorias e trânsito de pessoas (CMS, 1996). O riquíssimo Património material e imaterial motivou uma candidatura à UNESCO em 1996 por parte da CMS, com o propósito de ser reconhecida como uma cidade, Património Mundial da Humanidade, que não obteve sucesso.

Apresentando os principais destinos turísticos concorrentes, encontramos as salinas da cidade de Rio Maior; a Vila de Óbidos, cuja atractividade em destaque são os eventos que periodicamente realiza; o turismo religioso na cidade de Fátima; o Convento de Cristo na cidade de Tomar, sede da extinta Ordem dos Cavaleiros do Templo, mais conhecidos por Templários (MOUTINHO, 2017). E em relação às acessibilidades, a cidade é acedida por 3 autoestradas, a principal via férrea do país, e ainda possui um aeródromo e o rio Tejo como via fluvial.

Com excelentes condições, interroga-se porque é que Santarém não tem a mesma atractividade de outros destinos próximos. Assim, o presente Relatório de Estágio foi alicerçado no trabalho de investigação no terreno e dá resposta às causas da fraca atractividade deste destino turístico, discriminando os factores que estão a condicionar o seu desenvolvimento. Apresenta um conjunto de medidas para alterar esta situação. A sugestão mais emblemática, consistiu no agendamento de uma reunião pública, supervisionada pela CMS, convidando todos os interessados no desenvolvimento turístico a reunirem-se, para realizar um levantamento das necessidades e oferta de serviços, promovendo o *networking* de forma a surgirem novos produtos combinados. Compilados estes dados, numa segunda etapa, seria possível à CMS criar um plano estratégico local para o turismo.

Palavras-chave: Santarém; destino turístico; Câmara Municipal de Santarém; planeamento estratégico; desenvolvimento turístico

Abstract

In order to understand the factors that condition Santarem as tourist destination, a Tripartite Training Protocol was signed between the student, ESHTE and the City Council of Santarem (CMS). It took place between December 15, 2017 until March 15, 2018.

The region contains records about the human presence since the Palaeolithic period, being uninterrupted until the present day. The area where the city of Santarem stands today has always been a strategic place vicinity to the Tagus River, which was until the 20th Century, a waterway for the flow of goods and traffic of people (CMS, 1996). The rich material and immaterial heritage motivated an application to UNESCO in 1996 by CMS, with the purpose of being recognized as a "City, World Heritage of Humanity", which was unsuccessful.

Describing the main competitive tourist destinations, we find the salinas of the City of Rio Maior; the town of Óbidos, whose attractiveness in highlight are the events that periodically performs; religious tourism in the City of Fatima; the Convent of Christ in the City of Tomar, home to the extinct Order of the Knights Templar, better known as Templars (MOUTINHO, 2017). And in relation to accessibility, the city is accessed by 3 motorways, the main railroad of the country, and still has an airfield and the river Tagus as a waterway.

Santarem has excellent conditions but why it does not have the same attractiveness of other nearby destinations. Thus, the present Internship Report was based on the research work in the field and answers the causes of the low attractiveness of this tourist destination, discriminating the factors that are conditioning its development. It presents a set of measures to change this situation. The most emblematic suggestion consisted in scheduling a public meeting, supervised by CMS, inviting all interested in tourism development to meet, to conduct a survey of the needs and offer of services, promoting networking in order to arise new combined products. Compiled these data, in a second step, it would be possible for CMS to create a local strategic plan for tourism.

Keywords: Santarem; tourism destination; Town Hall of Santarem; strategic planning; tourism development

Índice Geral

Índice de Figuras.....	x
Índice de Quadros	xi
Lista de Abreviaturas	xii
Capítulo 1 – Introdução.....	1
1.1. O porquê do Estágio	2
1.2. Objectivos a atingir	5
Capítulo 2 – Revisão de Literatura	5
2.1. Introdução	5
2.2. Definição de conceitos	6
2.2.1. Turismo	6
2.2.2. Classificação e tipos de turismo	8
2.2.3. Recurso Turístico e a oferta turística	10
2.2.4. A procura turística	14
2.2.5. Design Thinking Coocriação, coopetição e turismo de experiências	17
2.2.6. Os impactos do turismo.....	19
2.2.7. O turismo no desenvolvimento do destino.....	20
2.2.8. O Planeamento Turístico.....	28
2.3. Processo Metodológico	34
2.3.1. O turismo como objecto de estudo	36
2.3.2. A natureza do Relatório de Estágio	36
2.3.3. Técnicas de recolha de informação.....	36
2.3.3.1. Realização de Entrevistas	36
2.3.3.2. A análise documental	37
2.3.3.3. Observação Directa	38
2.4. Selecção dos métodos de análise.....	38
Capítulo 3 – Caracterização da Entidade Acolhedora	39
3.1. Caracterização do Município e do seu território	41
3.1.1. Caracterização Geográfica	41
3.1.2. Arqueologia e história, factos mais relevantes	42
3.1.3. Geografia, Economia e factos	45
3.1.4. Estratégias de Promoção Turística vigentes.....	47
3.1.5. Organismos que se destacam no contexto socioeconómico escalabitano....	48

3.2.	Estrutura Organizacional	49
3.2.1.	Alterações à estrutura Organizacional afeta ao Turismo	50
Capítulo 4 – Desenvolvimento do Estágio		50
4.1.	Processos efectuados que serão foco de análise.....	51
4.2.	Relatório sobre as actividades.....	51
4.2.1.	Identificação e caracterização do percurso CS	51
4.2.2.	Criação da futura Grande Rota do Tejo pela CIMLT.....	52
4.2.3.	Presença no Certame Bolsa de Turismo de Lisboa 2018.....	55
4.2.3.1.	Caracterização do expositor CMS.....	55
4.2.3.2.	Avaliação das estratégias de <i>marketing</i>	57
4.2.3.3.	Sobre a procura turística ao balcão	57
4.2.3.4.	Análise estatística sobre a procura e oferta no stand.....	59
4.2.4.	Contacto com os turistas no Posto de Turismo	59
4.2.5.	Identificação de novos recursos turísticos.....	60
Capítulo 5 – Produção de resultados.....		61
5.1.	Recomendações que não foram implementadas	61
5.1.1.	Adicionamento ao <i>Google Maps</i> do Posto de Turismo de Santarém	62
5.1.2.	<i>Networking</i>	62
5.1.3.	Informação SIG do CS.....	64
5.2.	Reunião para a criação da Grande Rota do Tejo.....	64
5.2.1.	Criação de uma sinalética original no trajecto do CS.....	64
5.2.2.	Colocação de um posto para <i>Birdwatching</i> na foz do Rio Alviela.....	65
5.2.3.	Pontos de repouso ao longo do percurso.....	67
5.2.4.	Criação de novos percursos.....	68
5.3.	Identificação e caracterização do Percurso CS	68
5.4.	Recomendações sobre a presença na BTL 2018.....	72
5.5.	Contacto com os turistas no Posto de Turismo	73
5.6.	Caracterização dos principais recursos turísticos procurados.....	74
5.7.	Permanência dos Turistas	75
5.8.	Identificação de novos recursos turísticos	78
5.9.	Outros pontos focados no desenvolvimento do Destino Turístico	80
5.9.1.	Os acessos rodoviários limitados pelo estacionamento pago.....	80
5.9.2.	Aplicação e o site da CMS	81
5.9.3.	O Rio Tejo.....	81

5.9.4. Comunicação do Programa <i>InSantarém</i>	82
5.10. Experiências no território da Seven Domains.....	84
5.10.1. As Autarquias e os Parques Aventura.....	84
5.10.2. A candidatura aos fundos comunitários do Portugal 2020.....	87
5.10.3. Experiências com formandos	88
Capítulo 6 – Considerações finais	89
6.1. Sobre o investimento realizado pela CMS com o Mestrando.....	90
6.2. Conclusão	90
Referências bibliográficas	93
ANEXOS.....	105
Anexo A – Excerto do Código de Ética do Turismo	105
Anexo B – Consulta ao Registo de Alojamento Local no Município a 14-1-2018.....	106
Anexo C – Organigrama dos departamentos da CMS	108
Anexo D – Ficha dos recursos existentes no Município afetos ao CS.....	109
Anexo E – Municípios atravessados pelo CS a sul do Tejo	120
Anexo F – Modelo de Governança proposto pela ERT AR para a gestão do CS	121
Anexo G – Inquérito por entrevista exploratória	121
Anexo H – Sinalética do início do CS a sul do Município de Santarém	122
Anexo I – Sinalética do CS na cidade de Santarém.....	122

Índice de Figuras

Figura 1 – Destinos Turísticos concorrentes	2
Figura 2 – Sistema Turístico.....	7
Figura 3 – Os principais actores no Marketing das cidades	23
Figura 4 – Mercados alvo para uma estratégia de promoção local.....	25
Figura 5 – Ciclo de vida do produto	26
Figura 6 – Actores locais que condicionam o progresso local	27
Figura 7 – Planeamento arquitectónico no Antigo Egipto.....	29
Figura 8 – Sistema turístico básico segundo Leiper	31
Figura 9 – Modelo de Inskeep (1991).....	33
Figura 10 – Etapas da investigação.....	35
Figura 11 – Limites territoriais da NUTS II Alentejo.....	39
Figura 12 – Via proporcionada pela conduta subterrânea proveniente de Castelo de Bode para Lisboa, em Santarém.....	41
Figura 13 – Logotipo da CMS	47
Figura 14 – Eixos e objectivos da grande rota do Tejo.....	54
Figura 15 – Procura ao balcão da CMS durante a BTL 2018	58
Figura 16 – Percorso pedestre em Vale Figueira.....	60
Figura 17 – Percorso pedestre em Casével.....	61
Figura 18 – Ausência de identificação do Posto de Turismo da CMS no Google Maps	62
Figura 19 – Forma dos muros que constituirão a nova sinalética do CS	64
Figura 20 – Marco do início do CS em Pombalinho (Golegã).....	65
Figura 21 – Ponte sobre o rio Alviela em Pernes	67
Figura 22 – Percorso original do CS em Santarém.....	69
Figura 23 – Perfil topográfico do CS original em Santarém.....	70
Figura 24 – Alteração do CS que CMS pretende implementar	70
Figura 25 – Perfil topográfico do novo CS dentro da Cidade	71
Figura 26 - Mapa Turístico actual distribuído pela CMS	77
Figura 27 – Interior do Presídio desactivado.....	79
Figura 28 – Prospecção de percurso alternativo para os peregrinos de Fátima	80
Figura 29 – Cartaz alusivo ao InSantarém 2017.....	82
Figura 30 – Cartaz alusivo ao InSantarém 2018.....	83
Figura 31 -Parque Aventura cofinanciado por Fundos Comunitários (2016).....	88

Índice de Quadros

Quadro 1 – Agentes de animação turística no concelho de Santarém	3
Quadro 2 – Impactos do Turismo	20
Quadro 3 – Níveis de acção do planeamento	30
Quadro 4 – Cronograma dos trabalhos a desenvolver no âmbito do projecto Caminhos de Santiago a sul do Tejo	52
Quadro 5 – Hóspedes, dormidas e proveitos de aposento em 2016.....	76

Lista de Abreviaturas

APA	– Agência Portuguesa do Ambiente
BTL	– Bolsa de Turismo de Lisboa
CAE	– Código de Atividade Económica
CMS	– Câmara Municipal de Santarém
CF	– Caminho de Fátima
CIMLT	– Comunidade Intermunicipal da Lezíria do Tejo
CRP	– Constituição da República Portuguesa
CS	– Caminho de Santiago
CPLP	– Comunidade dos Países de Língua Portuguesa
DTGT	– Departamento Técnico de Gestão Territorial
DRE	– Diário da República Eletrónico
ERT	– Entidade Regional de Turismo
ESE	– Escola Superior de Ensino, Politécnico de Santarém
ESHTE	– Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril
FCMP	– Federação de Campismo e Montanhismo de Portugal
FIL	– Feira Internacional de Lisboa
GLAT	– Gestão do Lazer em Animação Turística
ICAR	– Igreja Católica Apostólica Romana
IPAC	– Instituto Português de Acreditação
JFP	– Junta de Freguesia de Pernes
JFSVP	– Junta de Freguesia da União de São Vicente do Paul e Vale Figueira
MD	– Museu Diocesano
MNE	– Ministério dos Negócios Estrangeiros
NERSANT	– Associação Empresarial da Região de Santarém
NUTS	– Nomenclatura de Unidades Territoriais para Fins Estatísticos
OMT	– Organização Mundial do Turismo
PIP	– Pedido de Informação Prévia
PNSAC	– Parque Natural da Serra de Aire e Candeeiros
RJAL	– Regime Jurídico das Autarquias Locais
RNAAT	– Registo Nacional de Agentes de Animação Turística
RNAL	– Registo Nacional do Alojamento Local
SIG	– Sistemas de Informação Geográfica

- TP – Turismo de Portugal
- UJFSPVF – União das Juntas de Freguesia de São Vicente do Paul e Vale Figueira
- UJFCV – União das Juntas de Freguesia de Casével e Vaqueiros
- UNESCO – *United Nations Educacional, Scientific and Cultural Organization*
- VS – Viver Santarém

Capítulo 1 – Introdução

O presente relatório de Estágio de Natureza Profissional reporta ao período entre 15 de Dezembro de 2017 até 15 de Março de 2018, onde foi pretendido aplicar as competências desenvolvidas durante a componente escolar do ramo de Gestão Estratégica de Destinos Turísticos do Mestrado em Turismo, ministrado na Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (ESHTE). O Estágio teve como entidade acolhedora a Câmara Municipal de Santarém (CMS), designadamente o Serviço de Cultura e Turismo, e foi de grande importância para esta instituição. Com efeito, a equipa de turismo da CMS encontrava-se reduzida e com a colaboração deste novo elemento, foi possível cumprir prazos e objectivos estabelecidos. Acresce que foi possível estabelecer novos contactos, que resultaram na criação de outros Projetos para o desenvolvimento da atractividade turística do município.

A estratégia turística da Câmara ao nível do plano operacional é executada através do Posto de Turismo, onde se realiza a divulgação dos recursos existentes e das actividades programadas aos visitantes, através de materiais impressos e de informação *online* no seu site (CMS, 2017).

Sobre as acessibilidades, a região não é afectada por falta de acessos, pelo contrário, é atravessada pela A1 que é o principal eixo norte-sul de tráfego em Portugal, ligando a capital ao norte. E por esta via se acede directamente a Fátima e indirectamente a Tomar. Através da A15, realiza-se a ligação à A8, autoestrada paralela à A1, passando por Rio Maior até Óbidos. Também a principal via ferroviária nacional provinda da capital para o norte, tem uma estação em Santarém. Este foi o foco da investigação, de forma a aprofundar a problemática da fraca afluência de turistas a esta região, comparando com os outros destinos concorrentes (Figura 1). O processo de investigação por excelência foi a recolha de informação por entrevista.

Em paralelo com os trabalhos no órgão de turismo, de uma forma autónoma, foi possível criar recursos turísticos. Foram sugeridas correcções de situações que foram no início do estágio assinaladas que são um constrangimento à actividade turística.

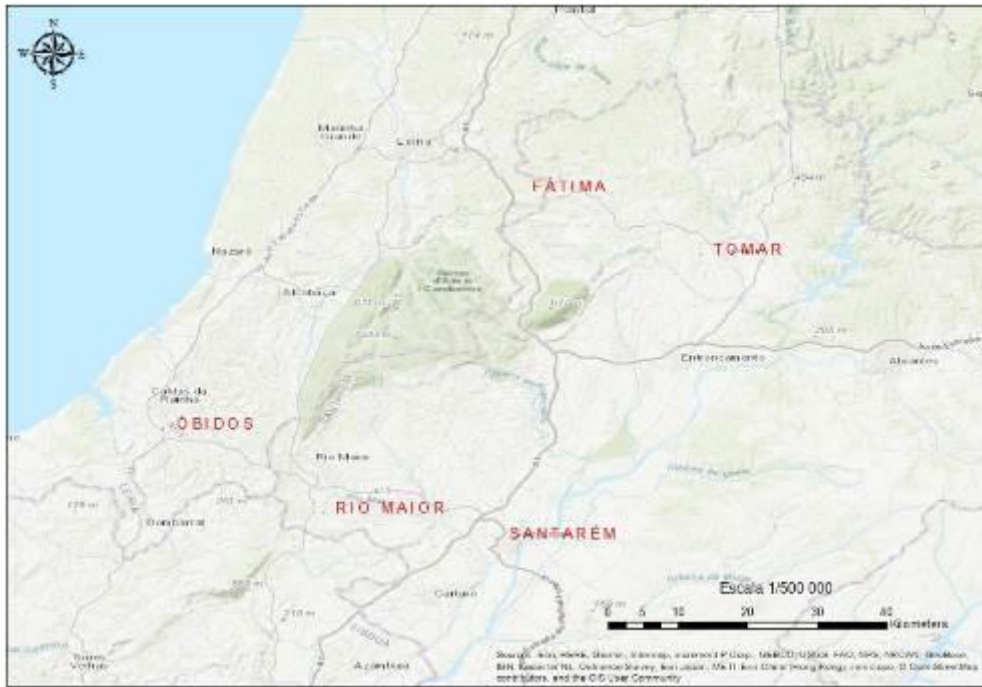


Figura 1 – Destinos Turísticos concorrentes
 Fonte cartográfica: ESRI

1.1. O porquê do Estágio

O discente António Bandarra é sócio na instituição com fins lucrativos Seven Domains infracitada que é um operador de animação turística. Tendo realizado o presente Mestrado no sentido de se dotar de competências acrescidas no Turismo.

A empresa encontra-se sediada no Concelho de Santarém.

Com dois estágios anteriores concretizados na CMS, no contexto da Licenciatura em Gestão do Lazer e Animação Turística ministrada na ESHTE, onde se destacam os trabalhos de intervenção nos troços que compõe o Caminho de Santiago (CS), este novo período apresentou-se para o signatário como uma continuação e reforço de atividades anteriormente realizadas, conciliando a sua presença como parceiro promotor da região e a função de estagiário ao serviço da CMS. Esta dualidade beneficiou ambas as partes, numa fase em que a equipa se encontrava reduzida, permitindo implementar ações para o desenvolvimento concreto do turismo no município, ao nível do tecido empresarial, numa ótica de trabalho em rede.

E de forma a enquadrar o contexto empresarial local e o porquê deste estágio, temos de analisar os principais alicerces que diretamente suportam o turismo: o alojamento (onde pernoitar), a restauração (apreciar a gastronomia), e a animação (o que fazer).

O mercado da restauração na cidade é numeroso e diversificado, composto por empresas antigas e jovens. Um exemplo de oferta de cozinha tradicional ribatejana com uma marca forte é o grupo Quinzena, que detém três restaurantes em Santarém.

Repartidos entre a Hotelaria e o Alojamento Local, a região dispõe atualmente a capacidade para albergar aproximadamente meio milhar de pessoas entre quartos e camas.

Quanto às atividades de animação, a consulta ao Registo Nacional de Agentes de Animação Turística (RNAAT), em janeiro de 2018 no Turismo de Portugal, indica que existem 12 registos, dos quais 4 se encontram com os seguros inválidos (registos rasurados no Quadro 1), e 5 operam fora do município (MOUTINHO, 2017). Acompanhando as atividades da concorrência restante, a Heritage Tours e a Gogofun Sensations, verificou-se que estas empresas não têm divulgado atividades desde 2017. Perante este cenário, pode-se afirmar que em Santarém o mercado da Animação Turística é praticamente inexistente.

Quadro 1 – Agentes de animação turística no concelho de Santarém

Tipologia	N.º de registo	Data do registo	Denominação
EAT	857/2016	27/07/2016	Carvalho dos Santos & Vaz Velho, mobility solutions, Lda
EAT	4032/2016	07/09/2016	Chameleon Smile - unipessoal Lda
EAT	1700/2017	13/11/2017	Excentriklicious, Lda
EAT	592/2014	22/12/2014	Gogofun Sensations, Lda.
EAT	1093/2016	16/09/2016	Gupix, unipessoal, Lda
EAT	368/2015	09/06/2015	JMDC - Animação Turística, Lda
EAT	97/2016	12/02/2016	João Filipe Carvalho dos Santos
EAT	1246/2017	28/08/2017	Jorge Miguel da Silva Pedro
EAT	1209/2016	10/10/2016	Seven Domains, Lda
EAT	229/2013	30/08/2013	Trailout
EAT	675/2016	24/06/2016	Valentim Manuel Pereira Vieira Faria dos Coitos
EAT	914/2017	04/07/2017	Ydrive, Lda.

Fonte: Turismo de Portugal, em janeiro de 2018

A Sociedade *Seven Domains* tem sede na Freguesia de São Vicente do Paul, concelho de Santarém tendo sido constituída em 2016, com o RNAAT 1209/2016 (TURISMO DE PORTUGAL, 2018), realizando atividades de Animação Turística e é proprietária do Parque Aventura em desenvolvimento *Villa Campus*TM. Colabora ativamente com As seguintes entidades, com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento do Ribatejo como destino turístico: Junta de Freguesia da União de São Vicente do Paul e Vale

Figueira (JFSVP), Junta de Freguesia de Pernes (JFP), CMS; Comunidade Intermunicipal da Lezíria do Tejo (CIMLT), Parque Natural da Serra de Aire e Candeeiros (PNSAC), Associação Empresarial da Região de Santarém (NERSANT) e a Entidade Regional de Turismo do Alentejo.

O sócio e discente António Bandarra é Licenciado pela ESHTe em Gestão do Lazer e Animação Turística, e frequentou adicionalmente unidades curriculares das Licenciaturas de Gestão Turística, ramo de Gestão de Produtos Turísticos, e em Direção e Gestão Hoteleira.

Ainda em termos académicos colabora com a Área de Ciência das Religiões da Universidade Lusófona, onde tem participado em diversos Congressos Internacionais promovidos por esta Instituição em colaboração com outros Centros de Investigação, na temática da religiosidade, tendo apresentado um trabalho sobre o turismo religioso, inicialmente desenvolvido durante o Mestrado onde se analisou Fátima e os Peregrinos, porque a Grande Rota (GR) do Caminho de Fátima (CF) transita por Santarém, tal como a Grande Rota do CS.

A intenção Estágio foi dar um contributo à CMS, aplicando os conhecimentos e as competências académicas, de modo a auxiliar nas tarefas em execução. E uma sinergia real entre as partes foi materializada, alinhando as orientações para o turismo do município com o trabalho estratégico e operacional da empresa *Seven Domains*, no âmbito da criação de novos recursos e captação de fluxos turísticos.

Esta simbiose trouxe os benefícios de acompanhar a promoção do destino turístico, aprofundar contactos com a envolvente governamental, educativa, empresarial e, simultaneamente, dotar a instituição de acolhimento de um elemento académico reconhecido pelos pares na área da investigação científica, porque não basta operar no mercado, mas também edificar conhecimentos, que também é o propósito da criação deste Relatório, tanto em termos de registo como análise crítica fundamentada.

1.2. Objectivos a atingir

Os objectivos deste Estágio de Natureza Profissional foram os seguintes:

- Colaboração nos projectos de desenvolvimento turístico em curso na CMS, apresentados pela responsável hierárquica Conceição Prino, de modo a cumprir a agenda e prazos estipulados.
- Realizar uma descrição de alguns trabalhos do plano estratégico e tático interno da CMS para fomentar a atractividade turística de Santarém, documentando as estratégias para a promoção do destino turístico e a captação de visitantes do dia e de turistas;
- Realizar um levantamento e caracterização dos fluxos turísticos no Concelho, consultando fontes secundárias, como os dados fornecidos pelo Turismo de Portugal e pelo INE.
- Efectuar contactos com os produtores locais, com o intuito de promover os seus produtos e a oferta do município, bem como incrementar a captação de fluxos turísticos, como foi exemplo a campanha de *marketing* efectuada no *stand* da CMS na BTL 2018;
- Investigar no território novos recursos primários naturais e edificados passíveis de serem consumidos pelos turistas, como efectuar o registo das etapas realizadas nesse sentido;
- Efectuar uma análise crítica final, relativa às acções desenvolvidas e aos consequentes resultados alcançados.

Capítulo 2 – Revisão de Literatura

2.1. Introdução

A apresentação de trabalhos académicos ao nível das dissertações de Mestrado requer uma longa e exigente pesquisa onde são aplicados métodos, técnicas e regras do processo de investigação científica, sendo este constituído por um conjunto de etapas pré-definidas num protocolo metodológico de forma a atingir os objetivos delineados (QUIVY, 2008).

Para analisar as fontes, o presente documento versa uma abordagem que recorre à fenomenologia hermenêutica de Cohen e Husserl (ZILES, 2007), considerando que os seres humanos não são objectos. As suas actividades – e em foco o turismo –, e os impulsos para o consumo são assentes em interesses de natureza emocional e não racional, pelo que não é possível quantificar com a precisão que nos apresenta a matemática, a relação entre pessoas e o universo volátil de satisfações que retiram das mesmas experiências.

Assim, considerando a dimensão emocional do fenómeno humano, que é sempre subjectivo e individual, aplica-se igualmente a metodologia hermenêutica de Heidegger (PERNECKY, 2010), que considerou que as relações humanas assentam na consideração e paciência com o próximo, que não sendo valores morais, conduzem sempre a actividade humana nos resultados como interpretam as experiências face às expectativas concebidas (COLTRO, 2000).

Igualmente, inclui-se a fenomenologia de histórias de vida, no sentido de obter dados directamente das fontes sobre a actividade do fenómeno turístico na região, através das suas experiências (CORDERO, 2012).

2.2. Definição de conceitos

2.2.1. Turismo

A primeira definição do turismo foi definida pela Sociedade das Nações em 1937, e visava comparar estatísticas dos fluxos turísticos internacionais, pelo que a noção de turista era associado a todas as pessoas que realizassem uma viagem com um período superior a 24 horas até 1 ano, para fora do seu país de residência (CUNHA, 2001:45). A terminologia sofreu alterações como descreve Barreto (2008), levando ao surgimento em inúmeras fontes com notoriedade, que pretendiam também destacar os efeitos económicos da oferta e procura no destino turístico.

Apesar da dificuldade em encontrar uma definição generalizada para o turismo que ilustre as diversas envolventes do sistema como é um exemplo o modelo de Mill & Morrison (Figura 2), a OMT em 1994 apresentou uma definição, procurando um maior consenso e aceitação incidindo sobre o fenómeno da procura turística: *Tourism is defined as the activities of persons traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other*

purposes not related to the exercise of an activity remunerated from within the place visited (OMT, 1994).

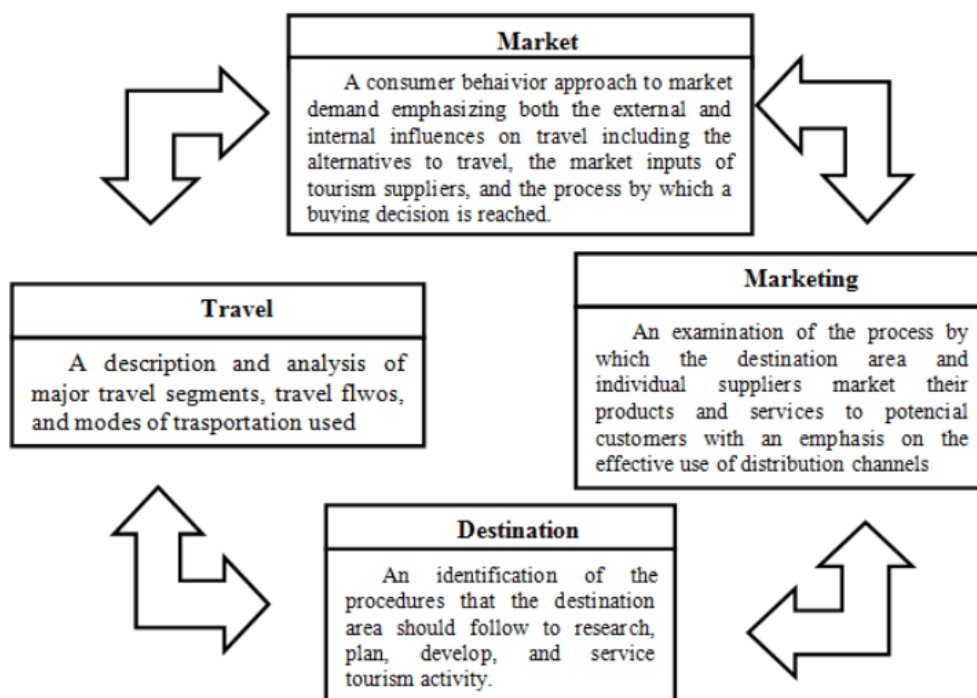


Figura 2 – Sistema Turístico

Fonte: Mill & Morrison (1985:99)

Cunha (2001:17), define o conceito de turismo como *o conjunto das actividades desenvolvidas pelos visitantes em razão das suas deslocações, as atracções e os meios que as originam, as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades e os fenómenos resultantes de umas e de outras.*

Para este enquadramento, há a acrescentar que a seguinte distinção entre turista e visitante do dia:

- a) *Turista é todo o visitante que passa pelo menos uma noite num estabelecimento de alojamento colectivo ou num alojamento privado no local visitado (Cunha, 2001:7).*
- b) *Visitante do dia*, termo que substituiu excursionista, é o visitante que realiza a visita a locais no próprio dia sem ocorrer uma pernoita fora do “ambiente habitual” (termo que substituiu área de residência, segundo a OMT a partir de 1994).

Leiper, citado por Cooper et al. (2001:43): (...) a indústria turística consiste em todas aquelas empresas, organizações e instalações destinadas a servir as necessidades e os desejos específicos dos turistas (...).

O fenómeno turístico apresenta características específicas em relação a outras actividades (CUNHA, 2006:32), destacando-se as seguintes:

- a) O carácter compósito dos consumos, na medida em que as deslocações turísticas exigem sempre o consumo de vários bens e serviços, envolvendo vários sectores da economia.
- b) Uma deslocação temporária requerendo ao turista procurar recursos que sustentem o seu bem-estar e mobilidade, o que resulta na produção e o consumo em simultâneo.
- c) Todas as actividades convergem para a satisfação do consumidor como prioridade, colocando em segundo plano os produtores, embora estes contribuam com a sua notoriedade para a satisfação do cliente.
- d) Os recursos naturais e histórico-culturais são o pilar fundamental para a atractividade do destino e convergem para que a produção seja orientada em função do incremento da procura.

Assim, o conceito de turismo pode ser considerado como um vasto conjunto de actividades que englobam as deslocações das pessoas, como todas as relações que estabelecem nos locais visitados, incluindo também todos os serviços indirectos para lá dos directos, acrescido dos produtos desenvolvidos para responder às necessidades dos turistas.

2.2.2. Classificação e tipos de turismo

Anteriormente descreveu-se uma definição que reúne consenso sobre as características do turismo e do que é ser turista, mas há que aprofundar os conceitos e terminologias que reflectem a natureza da procura e da oferta, porque o acto de viajar pode ter uma dimensão local, regional ou internacional.

A OMT considera as seguintes nomenclaturas e abrangências (OMT, 2001a):

- a) Turismo interno, que inclui as deslocações dentro do país de residência, como parte de uma viagem doméstica e, eventualmente, internacional se residirem nesse país.
- b) Turismo receptor, que envolve as actividades dos não residentes que viajam para um país que visitam e não é sua residência, como parte de uma viagem doméstica ou internacional.
- c) Turismo emissor, que são as actividades dos residentes de um determinado país e se ausentam para fora por um período de tempo inferior a 1 ano, como parte de uma viagem doméstica ou internacional.

As três definições antes citadas ainda podem variar nas seguintes combinações:

- a) Turismo interior, que são as actividades realizadas pelos visitantes residentes e os não residentes dentro do país (inclui o turismo interno e o turismo receptor).
- b) Turismo nacional, entendido como todas as actividades efectuadas pelos visitantes residentes, dentro ou fora do país (compreende o turismo interno e o turismo emissor).
- c) Turismo internacional, que engloba todas as actividades dos visitantes residentes fora do país (inclui o turismo receptor e o turismo emissor).

Ainda há a acrescentar a existência de várias formas de satisfazer o consumo turístico, focando uma diversificada oferta para a procura que podem coexistir no mesmo local. Os subtipos de turismo discriminados na Estratégia Turismo 2027 (TURISMO DE PORTUGAL, 2017:47-49), são:

Activo único: pessoas; activos diferenciadores: clima e luz, história, cultura e identidade, mar, natureza, água; activos qualificadores: gastronomia e vinhos, eventos artístico-culturais, desportivos e de negócios; activos emergentes: bem-estar, living – viver em Portugal.

A estratégia presente no documento, não enumera outros subtipos de turismo, como o turismo religioso (inserido dentro da Cultura e Identidade), onde Fátima se destaca como o espaço onde ocorrem os maiores megaeventos nacionais (AMBROSIO, 2017). Podemos enumerar outras tipologias de turismo como: turismo de repouso, turismo de recreio, turismo rural, turismo de aventura, turismo cultural, turismo de negócios,

turismo activo, ecoturismo, turismo de natureza, turismo desportivo, turismo equestre, turismo de saúde e turismo sénior, etc.

2.2.3. Recurso Turístico e a oferta turística

Sobre o conceito de recurso turístico, entende-se o conjunto de atracções à disposição da procura por parte da actividade turística. Por exemplo, um caminho ou uma estrada, um estabelecimento de alojamento, uma igreja ou um solar, um restaurante e a gastronomia, as festividades e expressões culturais organizadas em feiras, como outros eventos que reflectem os modos de vida e a própria hospitalidade local, são os recursos que podem concorrer para a criação de produtos turísticos e para o desenvolvimento dos destinos.

Para a OMT (citada por CUNHA, 2001:180), recursos turísticos são (...) *todos os bens e serviços que, por intermédio da actividade humana, tornam possível a actividade turística e satisfazem as necessidades da procura (...)*.

Considera-se como oferta turística todos os elementos, entenda-se também pelo termo recursos, que se encontram disponíveis no local de destino, e que proporcionam ou contribuem para a satisfação das necessidades de ordem emocional, fisiológica e cultural que são o impulso das motivações para a ocorrência do fenómeno turístico. Aqui enquadra-se a noção de recurso turístico antes citado composto por uma diversidade de atracções, bens e serviços.

Um destino representa no imaginário do consumidor, um conjunto de expectativas muitas vezes distante das realidades locais, mas que formam os mitos sociais que apelam às emoções, e fomentam a curiosidade intrínseca do ser humano, que motiva o impulso para empreender uma jornada. Os fundamentos podem ser a necessidade de reproduzir as realizações de alguém, pretender estar nos locais e pessoalmente sentir as mesmas emoções que ouviu e leu, isto é, incorporar pela imitação.

Sobre a oferta turística e de outras naturezas, há algumas diferenças, mas também simultaneidades. Como refere Cunha (CUNHA, 2001:177), todos os bens e serviços destinados ao consumo dos turistas podem ser utilizados também pelos locais, embora esta oferta contenha as seguintes características:

- a) Os bens produzidos não podem ser armazenados – em oposição às demais atividades produtivas, todos os bens e serviços são consumidos no momento, não sendo passíveis de armazenamento;
- b) O consumo turístico é condicionado ao local e momento, tendo o cliente que estar presente para os consumir;
- c) Simultaneidade da produção e o consumo – só ocorre a produção turística quando existe consumo;
- d) A oferta turística é amovível – os recursos turísticos são únicos (locais com história, edificações, miradouros, cidades, praias), é impossível serem transferidos e preservam o caráter de originalidade exclusiva;
- e) O produto turístico é compósito – toda e qualquer deslocação turística envolve a aquisição de um conjunto de bens e serviços que concorrem entre si em complementaridade (alojamento, alimentação, transportes, outros produtos e serviços locais);
- f) Intangibilidade – os produtos turísticos, sendo imateriais, de percepção individual, afectam sempre de forma diferente os sentimentos de cada consumidor. E só podem ser testados e experimentados no momento do consumo.

Apesar da oferta turística de todos os destinos serem constituídos por um diversificado conjunto de elementos, autores como Paulo (1995:9) e Cunha (2001:178), enunciaram que a procura deve ser satisfeita a partir do seguinte conjunto de elementos:

- a) Recursos Turísticos: são os componentes fundamentais que compõem a oferta, dividindo-se em naturais (por exemplo, a paisagem composta pela fauna, flora e clima característico; a proximidade de água como lagos, rios e praias; o relevo como grandes planícies ou montanhas e as suas cores únicas; a tonalidade do céu e da luminosidade solar entre outros); e artificiais (espaços com histórias e personalidades de relevo, centros de conferência, restaurantes de chefes famosos, casinos, etc.);
- b) Infraestruturas: são todas as construções subterrâneas, à superfície e mesmo aéreas fundamentais para apoiar e suportar a actividade turística (são exemplos o abastecimento de água, energia, saneamento básico, telecomunicações,

infraestruturas aéreas e marítimo portuárias entre outras, vias de acesso, teleféricos, espaços de estacionamento e acondicionamento);

- c) Equipamentos: são considerados como equipamentos aqueles que satisfazem directamente as necessidades da procura turística, sendo de maior destaque o alojamento e os locais de pasto como os restaurantes, unidades móveis, etc.;
- d) Transportes e acessibilidades: representados por uma parte das vias de comunicação que são directamente usadas pelas atividades que servem o turismo como as condições que facilitam o acesso aos recursos turísticos (ou dificultam como é o caso do estacionamento pago nos centros, que é uma ferramenta de dissuasão e redutor dos fluxos de tráfego);
- e) Recepção, hospitalidade, empatia, sensação de segurança e conforto no acolhimento: são todas as formas de cortesia com que são recebidos os visitantes durante a sua estada e constituem uma das componentes que afectam a procura turística.

Todos os bens e os serviços como as atividades turísticas e os equipamentos podem ser analisados a partir de dois elementos principais (CUNHA, 2006), que é o património turístico e depois o recurso turístico, que constituem os elementos diferenciadores da produção turística e os seus respectivos componentes quando comparados com outras actividades económicas.

Observando a proposta de definição destes conceitos pela OMT, o património turístico é constituído por todos os bens de natureza material e imaterial com potencial para serem consumidos e fruídos pela procura turística (OMT, 2011), tendo muitas vezes que serem adaptados (exemplo: acessibilidades para pessoas com limitações ou colocação de barreiras e outros meios que assegurem a segurança do consumidor).

De forma a melhorar a atractividade dos destinos turísticos, a UNESCO com o programa de classificação de patrimónios turísticos, tem fomentado a recuperação e preservação de muitos locais e a sua cultura, incrementando a sua atractividade como uma identidade (cidade ou vila como Sintra, espaço natural, ou elemento cultural como o fado), divulgada a nível mundial.

Podemos expandir esta síntese aos factores como o investimento financeiro, a formação dos recursos humanos, a funcionalidade dos modelos de governança envolvendo entidades estatais e não governamentais, os privados e agentes económicos, que

exercem e concorrem para a transformação dos recursos, os adaptando a um contexto oferta para a fruição dos visitantes (CUNHA, 2006), e sempre desejável, também pelos locais, embora muitas vezes os espaços fiquem com o evoluir da procura turística, despovoados da população autóctone. Cite-se a exemplo Veneza ou Cascais, onde a especulação imobiliária incrementou o valor dos espaços urbanos. Mais actual é a problemática da atractividade internacional da cidade de Lisboa (ALMEIDA *et al.*, 2017), com cada vez mais notícias a relatarem a desertificação da malha urbana (PUBLICO, 2016).

Ainda em continuação, acrescenta-se citando que os destinos sem actividades económicas complementares são insuficientes para garantir a pernoita, alimentação e deslocação dos turistas (CUNHA, 2001:181): (...) *os recursos naturais são insuficientes para garantir a permanência dos visitantes (...)*.

Sobre a natureza dos recursos turísticos, pode-se diferenciar dois grandes grupos (BENI, 2007:179):

- a) Uma oferta original: onde se incluem os recursos patrimoniais, que por si já atraem a curiosidade dos visitantes e podem tornar-se em elementos do interesse turístico. E sem os quais não era possível realizar processos produtivos iniciais, embora não tinham essa funcionalidade;
- b) A oferta agregada também designada por oferta turística derivada composta por um conjunto de elementos tangíveis e intangíveis necessários ao desenvolvimento da actividade turística, e que condicionam a afluência de acordo com a sua qualidade, eficiência e disponibilidade.

Kotler em 1998, citado por Cunha (2006:188), define o conceito de produto como (...) *qualquer coisa que pode ser oferecida num mercado para apreciação, aquisição, uso ou consumo e inclui objectos físicos, serviços, personalidade, lugares, organizações ou ideias (...)*.

Este conceito é definido pela OMT (2011:6), como: (...) *um composto, uma combinação de atracções, transportes, hospedagem, entretenimento e outros serviços (...)*. Este é o produto turístico que o destino oferece ao turista.

Tanto o consumidor como o conjunto de agentes que formam o tecido económico local, competem para o aproveitamento dos recursos do destino turístico, gerando externalidades positivas e negativas que podem levar à preservação, melhoramento ou

destruição do destino, onde se inclui a imagem associada ou a qualidade e capacidade económica disponível para o consumo por parte dos turistas, seja uma oferta dirigida ao turismo de massas, com pouco poder de consumo, ou para nichos de mercado específicos, com um poder de compra mais elevado (valorizando o produto e o destino (CUNHA, 2006)).

Embora desde o início do séc. XX, que os destinos turísticos foram criados pela procura das elites, que dispoñdo de tempo para o ócio, procuravam lugares com recursos atractivos (CUNHA, 2001), que ao longo das décadas, decaíram na qualidade da oferta, tornando os serviços mais baratos, transformando-se em destino de massas, é a Riviera Francesa ou Ibiza em Espanha.

2.2.4. A procura turística

O potencial inerente ao factor procura e a decisão em realizar uma viagem são condicionadas pelo rendimento disponível e pelo tempo para realizar períodos de ócio e lazer.

Também o desenvolvimento tecnológico dos meios de transporte correlaciona-se com o desenvolvimento social. Numa revisão da história, cita-se que estes conceitos foram implementados pela primeira vez durante um regime opressivo, mas cujo os efeitos perduram até à actualidade. Otto von Bismarck (1815-1898), criou o conceito de assistência social, mas a definição do Estado Social que actualmente vigora no Ocidente foi plenamente desenvolvido pelo regime Nacional Socialista de Adolf Hitler entre 1933 a 1945 (ALY, 2009; Pag. 20): “(...) *introduziu o então quase desconhecido conceito de férias pagas, duplicou o número de dias feriados e começou a desenvolver o hoje familiar turismo de massas (...)*”. Como antes se referiu, o desenvolvimento dos transportes foi fundamental, fosse o *Volks+wagen* (povo+carruagem: um veículo para o povo), ou as *Autobans*, que foram as primeiras autoestradas (que continuam na actualidade a funcionar). Como no passado, é em períodos de grande desenvolvimento tecnológico que ocorrem as mais profundas mudanças sociais (é o caso da actual ortografia germânica, alterada por decreto sem discussão durante aquele regime Socialista tal como aconteceu em Portugal com José Sócrates enquanto primeiro ministro promulga uma deliberação de Conselho de Ministros em 2009, uma ortografia à revelia da Constituição (FERNANDES, 2016)).

De acordo com Badaró (2005:13), *Na França, a intervenção estatal com a regulamentação das férias pagas em 1936 foi uma condição necessária para a difusão do turismo, todavia, não foi o suficiente. Seguiu então, os exemplos da Itália e Alemanha, criando o programa "L'ère des loisirs".*

É importante analisarmos os factos históricos para entendermos o presente no global, da mesma forma que o impacto da obra de Cassiano Branco que se desenvolveu durante este período, volvidos oito décadas, continua a ter um forte impacto no turismo nacional. Citam-se os reconstruídos castelos de Lisboa e Sintra que, por desconhecimento geral, são considerados originais, quando na realidade foram objecto de sucessivas obras de recuperação, como as empreendidas pelo Estado Novo visando a promoção do turismo. Santarém beneficia ainda hoje de exemplos arquitectónicos criados na época como o Mercado e a decoração da estação ferroviária.

É com uma visão a longo prazo que temos de avaliar as diferenças e os impactos que terão no futuro os investimentos realizados na actualidade. Cite-se outro exemplo de destaque, no fim do milénio, a Expo 98 veio a dar lugar ao Parque das Nações, um exemplo de uma cidade sustentável, também designada por cidade inteligente (PEDROSA, 2003), com muito sucesso, onde o planeamento a longo prazo gerou externalidades positivas.

Outra condicionante para as famílias com filhos empreenderem viagens, é a época das férias escolares que incrementam os períodos de maior procura turística. Em Portugal estes picos de actividade do mercado são: Carnaval, Páscoa, Férias Grandes, Natal, passagem de ano.

Santarém recebe anualmente muitos estudantes com o objectivo de frequentar os inúmeros cursos realizados nos seus Institutos Superiores e Escolas Profissionais, ocorrendo nos períodos de pausa, um despovoamento na diversão nocturna, segundo Moutinho (MOUTINHO, 2017). O único exemplo positivo de inversão neste segmento, é no início do verão, o Complexo Aquático que atrai excursões organizadas por escolas da área metropolitana de Lisboa, a mais de 100 km, porque dá resposta ao que fazer, numa substituição do produto sol & mar, promovendo o lazer e o bem-estar. Para a população em geral, a procura na cidade é dirigida ao consumo de bens e serviços, seja em hipermercados ou lojas a retalho e empresas de serviços. As actividades lúdicas

ocorrem, mas com uma natureza local, de aldeia e proximidade, característica dos meios rurais, onde o associativismo tem uma forte componente social e cíclica.

Outras variáveis que vão condicionar a escolha da tipologia de turismo e a qualidade do mesmo, acrescido dos meios de transporte, acessos e a localização, é uma decisão tomada atendendo os custos de deslocação, tempo de estada, número e locais para refeições e o consumo como os custos no acesso às atracções. Acresce os níveis de segurança e estabilidade política assim como a capacidade de comunicar com os locais, o mesmo que afirmar a menor ou maior capacidade em entender e satisfazer o cliente.

Passa-se a enumerar as várias formas que a procura turística pode assumir (CUNHA, 2006):

- a) Procura efectiva ou actual: É a percentagem de pessoas que actualmente consomem turismo e tem uma apetência para empreenderem viagens de descoberta; é a componente da procura mais facilmente medida e é refletida nos dados estatísticos sobre o Turismo de um País.
- b) Procura suprimida: A qual é dividida em dois subtipos:
 - 1. Procura potencial, onde está incluído os que desejam vir a viajar num futuro, mas não o realizam por diversas razões, como a falta de disponibilidade financeira ou alterações sociais;
 - 2. Procura diferida, que são todos os grupos sociais que não tem condições para viajar, se alimentar e pernoitar se necessário.

É importante salientar que estes dois subtipos de procura pelo consumo de recursos turísticos podem reverter em procura efectiva se as condições sociais se alterarem.

A categorização da procura, pode ser dividida ainda da seguinte forma (THR, 2006):

- a) A procura principal que compreende a realização das motivações que levaram a empreender a viagem, como consumo de bens intangíveis culturais como a tourada (Espanha e Portugal), um desfile de carnaval (Brasil), um fado no Bairro Alto, Lisboa, para lá dos bens tangíveis que compõe o destino turístico como os monumentos e outras atracções físicas;
- b) A procura secundária composta pela oportunidade de visitar e consumir outros recursos que não faziam parte da agenda ou imaginário e expectativas do turista como locais físicos que só são acessíveis quando as pessoas estão no local

explorando impulsionadas pela descoberta, seja a exemplo, a gastronomia típica que só é apresentada quando o turista se desloca para consumir (THR, 2006).

2.2.5. Design Thinking Coocriação, coopetição e turismo de experiências

O mercado turístico evoluiu ao longo do séc. XX em função da progressão das comunicações e dos transportes e a oferta dos destinos foi-se adaptando aos novos modelos económicos. Enquanto os *Babyboomers* eram consumidores do turismo de massas e do sol & mar (CUNHA, 2006), a actualidade é muito diferente, a televisão já não é a caixa que mudou o mundo, e o telefone fixo foi substituído por unidades (telemóveis), que internamente reúnem vários equipamentos que caracterizaram o final do século passado: o computador, telecomunicações e correio, vídeo de entretenimento, videojogos, agendas com a gestão da vida social, enciclopédias e acessibilidade à informação, localização. Todas estas componentes reunidas num único dispositivo portátil tecnicamente designado por *smartphone*.

Como tal, os interesses alteraram-se com o progresso tecnológico e a informação tornou o consumidor mais exigente, porque antes de empreender uma viagem, procura informações no instante (*on demand*), ao ponto de lhe ser possível realizar Turismo Virtual, através de câmaras locais que disponibilizam vídeo em tempo real.

Atendendo a que os negócios e o turismo estão constantemente sujeitos à inovação, e à forma como os produtos mais recentes são muitas vezes criados, surgiu um novo método de conceber produtos, que é o *Design Thinking*. Esta metodologia atende à sensibilidade e, conseqüente, criatividade no processo de concepção de novos produtos, como fazem os *designers* (SIGNORI, 2014). O objectivo é atender às necessidades das pessoas, acrescentando os benefícios que as novas tecnologias proporcionam, e cujos resultados sejam uma mais valia para o cliente, criando simultaneamente uma oportunidade de negócio.

Citando Frazzato através de Signori (2014): *os processos de inovação dirigida pelo design destacam-se dos processos de desenvolvimento de novos produtos tradicionais e vão em direcção de uma reconsideração geral da actuação das empresas no mercado e na sociedade. O intuito dos processos de inovação dirigida pelo design é geralmente a definição de novos cenários de actuação competitiva para empresas e outras organizações. Tais processos visam ao encontro de um ponto de vista inédito,*

alternativo ou futuro, sobre os contextos de actuação competitiva das empresas, e à geração de visões capazes de mostrar as possibilidades que se abririam se esse ponto de vista fosse aplicado. O objectivo final é identificar uma trajectória de inovação praticável, que permita o desenvolvimento coerente da organização.

Durante o processo de desenvolvimento, para favorecer a criatividade, podem ser empregues métodos como o *brainstorming*, que ao envolverem duas ou mais partes (empresas concorrentes), já estamos no domínio da cocriação (criação com a ajuda de vários intervenientes). Este modelo colaborativo tem um sentido coopetitivo, oposto à competição, unindo esforços no sentido de obterem mais valias comuns, uma simbiose. Enquanto o modelo de negócio passado e ainda vigente, enunciado por Adam Smith no seu livro de 1776, A riqueza das Nações, promovia a concorrência em que só as empresas mais fortes obteriam sucesso sobre as suas congéneres. A actualidade é composta por uma saturação da oferta, devido ao se encontrar presente num mercado global competindo pelos mesmos potenciais consumidores, assim, a inovação e diferenciação surge através de uma abordagem e pensar diferente, indo ao encontro do que poderá satisfazer o cliente.

Surge o turismo de experiências, um produto concebido sobre medida, onde o consumidor deixa de comprar um pacote generalizado e personaliza-o, em parceria com a empresa que fornece o serviço. Muitas vezes o cliente assume o papel de produtor, sendo no agroturismo que vamos encontrar inúmeros exemplos, onde os pacotes de vivências incluem a colheita, produção alimentar e tratar do gado, personificando por dias o viver aquela realidade, de pastor, vinicultor e agricultor. O sector primário tem uma forte implantação no concelho de Santarém, pelo que as oportunidades são abundantes para o surgimento de uma oferta especializada nestes produtos.

É recomendável que as empresas na actualidade invistam na concepção de novos produtos que procurem dar resposta aos impedimentos que levam os consumidores a viverem uma experiência emocional, cognitiva e estética plena; em oposição à abordagem tradicional e analítica que procura soluções para os problemas existentes, este modelo visa gerar opções que nos levem a encontrar novos caminhos, personalizando a oferta.

Para implementar esta abordagem e processo metodológico, cite-se Signori: *Neste sentido, de acordo com Brown (2010), podemos observar que um Design Thinker pode não ser formado em uma escola de design e nem ser um profissional nessa área para se*

ter capacidade de desenvolver inovações, pois as pessoas possuem uma aptidão natural resguardada, necessitando apenas desbloquear esta habilidade de criação através da prática e experiência.

Contudo, ressalta-se que o princípio de empatia, de pensamento focado nas pessoas facilita a criação de soluções pertinentes desejáveis e que atendam às necessidades (...) (SIGNORY, 2014).

2.2.6. Os impactos do turismo

Mings e Chulikpongse (1994) descrevem o fenómeno turístico como um agente de mudança, produzindo inúmeros impactos ao nível das condições socioeconómicas das regiões que têm procura, como alterações à qualidade ambiental. Posteriormente, Rushmann (2001), descreve sobre as alterações causadas pela actividade turística, como as modificações decorrentes dos processos de desenvolvimento turístico que afectam os países.

A OMT, por sua vez, enuncia que os impactos do turismo resultam das diferenças sociais, económicas e culturais entre as comunidades residentes e as de origem dos turistas, através da exposição aos meios de comunicação social e ao acultramento que ambos os actores suportam no contacto e troca de experiências sociais que sempre vão ocorrer. Devido a estes fatores, o turismo muitas vezes é criticado pelas transformações socioculturais e externalidades negativas nas comunidades locais e no meio (ambiente, social, cultural, económico), sendo mais notória esta erosão das identidades nas comunidades de menor dimensão e com identidade cultural mais definida e tradicional (OMT, 1993).

Torna-se importante enunciar o Código de Ética do Turismo (OMT, 2001b; Anexo A), que foi formulado tendo em consideração a preservação da originalidade dos destinos, atendendo a que existe uma vontade convergente na salvaguarda das tradições e saberes que constituem a herança cultural local, como a durabilidade dos recursos turísticos, retardando a inevitável erosão destes.

Face às implicações que o turismo tem no desenvolvimento das comunidades visitadas, importa estudar os respectivos impactos. No quadro seguinte, sintetizam-se os impactos económicos, ambientais e socioculturais do turismo anteriormente referidos.

Quadro 2 – Impactos do Turismo

Impactos	Negativos	Positivos
Económicos	<ul style="list-style-type: none"> • Custos de oportunidade. • Necessidade de importar recursos humanos estrangeiros. • Dependência excessiva do turismo. • Inflação e especulação imobiliária. • Sazonalidade da procura turística e períodos de desemprego cíclicos. • Modificação negativa da estrutura económica e assimetrias sociais. • Falta de vias de acesso. • Trabalho precário. • Acidentes desportivos e trabalho associados a actividades que visam as emoções. • Fuga de capitais para o exterior. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento do rendimento dos Habitantes. • Criação de empregos. • Melhoramento da economia local. • Mais capital disponível. • Aumento dos salários e favorecimento do incremento da Classe Média. • Industrialização e especialização da economia regional. • Incremento da Formação dos Quadros.
Ambientais	<ul style="list-style-type: none"> • Poluição sonora e visual. • Poluição da água e do ar. • Erosão e contaminação dos solos. • Congestionamento do tráfego dificultando os transportes de pessoas e mercadorias. • Aumento do consumo das reservas de água potável disponíveis no local. • Destruição dos recursos culturais e monumentos, paisagísticos e do coberto vegetal. • Derrocadas de encostas, falésias ou avalanches de neve. 	<ul style="list-style-type: none"> • Criação do ordenamento com planos e programas de preservação de áreas naturais. • Empreendedores turísticos tendem a investir em medidas de preservação da natureza. • Manutenção e proteção dos espaços naturais com a recuperação de áreas.
Socioculturais	<ul style="list-style-type: none"> • Efeito de demonstração. • Alterações na moralidade. • Movimento intenso (neocolonialismo). • Conflitos religiosos. • Prostituição e escravatura. • Crimes, tráfico e falta de segurança. • Descaracterização do artesanato. • Vulgarização das manifestações culturais descaracterizando o sentido original. • Superioridade cultural de muitos visitantes em relação aos nativos. • Destruição do património Histórico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Abertura das comunidades ao exterior melhorando o saber receber. • Incremento do nível cultural, profissional e linguístico da população. • Valorização do artesanato e da cultura endógena. • Valorização e preservação do património histórico.

Fonte: adaptado de Holloway (1994), Ruschmann (1999) e Ignarra (1999)

2.2.7. O turismo no desenvolvimento do destino

O conceito económico sobre a procura turística (KRAPF, 1953:35), compreende: *(...) a estrutura efectiva do consumo turístico é insuficientemente explicada por meio de uma pesquisa sobre a demanda e seu comportamento no mercado, uma vez que a demanda, como conceito económico, nada mais é do que a disposição de adquirir determinados valores, de determinados bens a preços igualmente determinados. A*

escolha dos bens é considerada, em princípio, como um facto complexo; resta apenas determinar a qualidade, que depende do preço a que é oferecida ou exigida.

Perante esta definição, é necessário atender que o consumo nos destinos depende de um conjunto de conceitos imaginados pelo potencial consumidor, que de acordo com as suas disponibilidades temporárias e monetárias tem uma potencial propensão para empreender uma viagem de descoberta, saciando motivações de interesse individual e únicas, isto é, a vivência resultante do consumo de um produto turístico é semelhante para todos, mas nunca é uma experiência igual (PERNECKY, 2010).

A actividade turística como fenómeno já foi sobejamente descrita, mas há a formular o grande plano de todos os elementos apresentados, porque os estrangeiros e forasteiros alteram os padrões de comportamento dos nativos, tendo um impacto directo na sua economia como nas suas zonas de conforto individuais. É comum surgirem comportamentos negativos (PINTO, 2016), quando o modo de vida de quem ali vive e trabalha é alterado e mesmo ameaçado. A afluência produz no local um conjunto de externalidades positivas e negativas (CUNHA, 2006:136), que faz favorecer comportamentos por parte dos agentes económicos, no sentido de aumentar a elasticidade dos preços das comodidades consumidas pela procura turística, aumentando os preços praticados. Este comportamento económico observa-se na sazonalidade das épocas altas e baixas, surgindo com a falta de procura, ofertas em promoções e descontos que tentam compensar o decréscimo do consumo.

Quando um espaço não contém uma oferta turística, isto é, de lazer ou negócios ou outras atractividades que levam e impulsionam o desejo de atrair indivíduos, grupos ou massas, num sentido económico diferenciado das necessidades dos sectores primário (agricultura, pescas e extração), sector secundário (fábricas, artesanato e construção) (ALMEIDA *et al.*, 2013), tem que ser transformado e adaptado para a criação das condições e desejos em atrair turistas (CUNHA, 2006) e, dessa forma, favorecer o desenvolvimento do sector terciário (serviços e transportes) e do quaternário (economia digital), do qual depende muito a existência da actividade turística actualmente, seja ao nível dos serviços como promoção externa para a captação de turismo *inbound* que se traduz na entrada de divisas num país auxiliando positivamente a balança comercial do mesmo.

Observando a actividade económica das cidades, segundo Porter (1995:169-170), a revitalização dos centros urbanos tem sido assente no modelo social que satisfaça as

necessidades dos indivíduos, pelo que há que inovar realizando uma nova abordagem: *a questão que devíamos colocar é a de saber como é que as empresas localizadas nos centros urbanos, e as oportunidades de emprego que a sua proximidade arrasta, podem proliferar e crescer. É possível criar uma base económica sustentável no interior das cidades. Mas só é possível fazê-lo do mesmo modo que noutras áreas: através da iniciativa privada, de projectos lucrativos baseados no interesse individual e na genuína vantagem competitiva e não através de apoios artificiais, caridade e subsídios governamentais.*

Numa economia global, sem fronteiras digitais, as empresas tem de ser rentáveis e aptas a competir a um nível regional, nacional, continental e global. Devem procurar activamente novas oportunidades em outros locais, seja através do contacto directo ou com o recurso a intermediários como os Operadores Turísticos e as Agências de Viagem (PORTER *et al.*, 1999). Ainda há a considerar outros veículos de comunicação como as plataformas eletrónicas, *blogues* e outros meios. Uma empresa com vocação para a internacionalização deve ter a capacidade em exportar e importar bens e serviços. Embora a sua actividade económica seja realizada ao nível do território onde exerce a sua actividade, detém sempre o privilégio da exclusividade associada aos recursos locais em relação à sua concorrência internacional, ocupando nichos de mercado próprios, isto é, quem vai a Belém, Lisboa, materializa uma procura no consumo de pastéis de nata (ou os menos conhecidos, do outro lado da rua, pasteis de cerveja), associados àquele destino. O mesmo se passa em Santarém com a procura dos pampilhos originais criados pela pastelaria Bijou™, em meados da década de 1970, são exemplos de nichos de mercado que se distinguem por uma conotação a um produto original.

A forma como todos os destinos turísticos se potenciam, depende dos actores económicos, governamentais, privados e organizações que num acto de colaboração menos ou mais estruturado num modelo de governança, vão elaborar e gerir planos directores a prazo para a gestão local. No caso português, o Turismo de Portugal, tem realizado um forte investimento na promoção internacional e desenvolvimento das regiões, de uma forma estruturada, tentando dar resposta à procura com uma melhor oferta, adequando os sub-tipos de turismo mais adequado para cada região, com vista a conquistar novos mercados em países onde não é tradição visitar Portugal, no intuito de compensar o *deficit* da balança comercial, atenuando o peso das exportações (CUNHA,

2006). Actualmente, o referencial estratégico para o Turismo em Portugal é a Estratégia 2027, aprovada pela Resolução de Conselho de Ministros n.º 134/2017 de 27 de setembro.

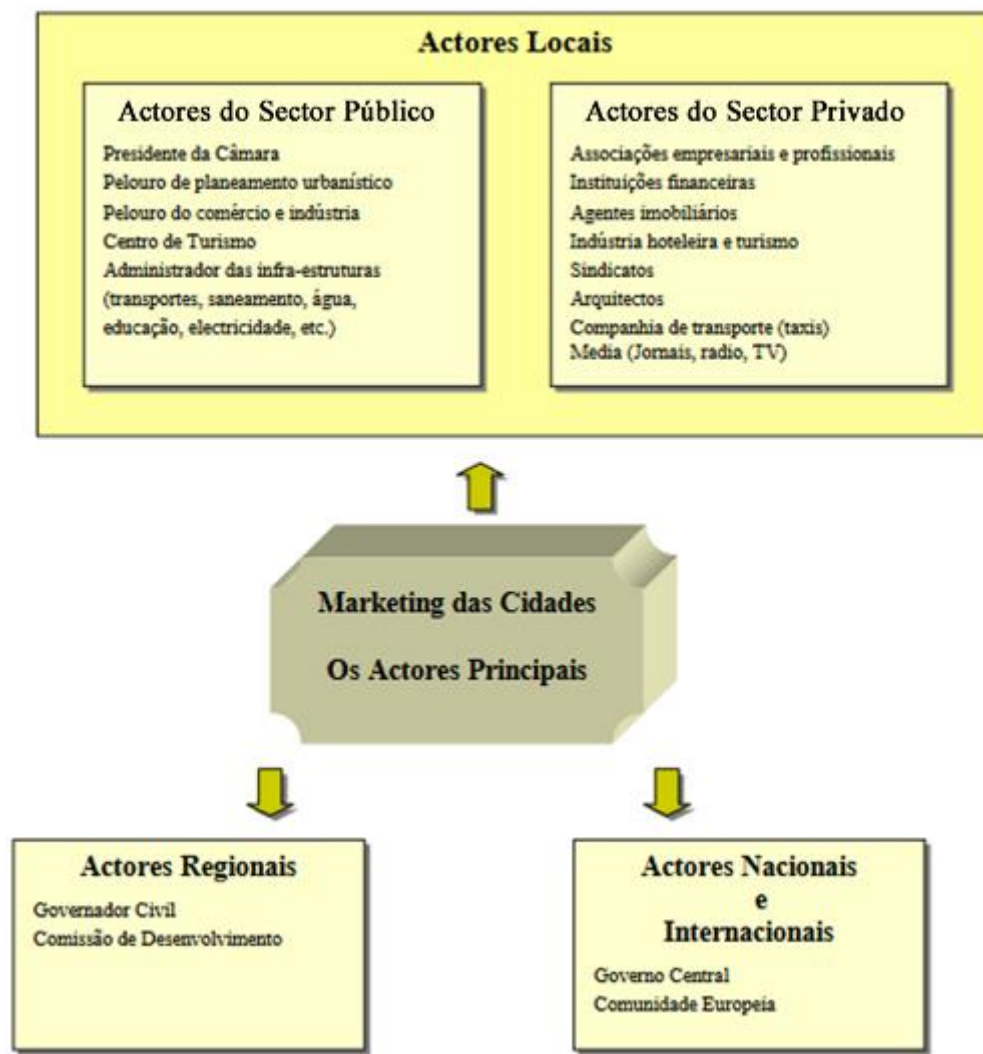


Figura 3 – Os principais actores no Marketing das cidades
 Fonte: Kotler *et al.* (1999)

O consumo turístico é formado pelos dispêndios realizados pelos não residentes, em que a aquisição de bens e serviços contribui para o desenvolvimento directo da economia local, e indirectamente regional e nacional (OMT, 1999). Seja através do comércio, do emprego, das necessidades como a formação de profissionais, da colecta de impostos e das intervenções no tecido urbano, realizadas como investimentos no desenvolvimento contínuo do destino turístico por entidades privadas e publicas (MATIAS, 2007:95).

O *marketing* estratégico de um local é uma nova abordagem que visa a revitalização de aldeias, cidades, regiões e países (KOTLER *et al.*, 1999). Para que um local seja bem-

sucedido carece de um trabalho junto da comunidade residente, sensibilizando-a para as necessidades e oportunidades que vão fomentar novas oportunidades de negócios, desenvolvimento económico e emprego, de forma a satisfazer os não residentes que visitam o destino e os habitantes locais. Os mesmos têm de manter e preservar os espaços. Há que desenvolver competências, carecendo de um contínuo investimento em formação e desenvolvimento. Referindo (KOTLER, *et al.*, 1999:20), para que um destino turístico adquira notoriedade e, conseqüente, atractividade, isto é, que a promoção crie um imaginário forte que impulse o desejo de consumir, é necessário:

- a) Interpretar correctamente o contexto económico e social do local;
- b) Identificar as necessidades e comportamentos dos intervenientes;
- c) Elaborar um Plano Estratégico faseado, com dimensão e objectivos temporais assentes numa visão realista do que se pretende construir;
- d) Estabelecer contactos e modelos de governança que envolvam todos os sectores da sociedade e constituir uma periodicidade de reuniões e grupos de trabalho e acompanhamento;
- e) Avaliar continuamente etapas, prazos e desvios dos Planos;
- f) Combater activamente os factores negativos, como a corrupção, peculato e desconhecimento.

Todos os bens e serviços quando agregados a um destino formam os activos que podem ser comercializados, assim os locais (...) *são classificados e avaliados em todas as dimensões possíveis: onde iniciar um negócio, onde planear uma reforma, onde criar uma família, onde passar umas férias, onde realizar uma convenção ou onde fazer uma refeição. Leva-se tudo em consideração, desde a qualidade de vida até ao charme, a cultura e o ambiente; a procura de um local onde se possa viver, investir e visitar é uma busca constante do novo e do visitante, um esforço para se afastar do triste e do deprimido!* (OTTO, 1996:28).

Segundo Kotler *et al.* (1999:25), a promoção turística, designada por *marketing* de um destino turístico assenta em quatro vectores:

- a) Elaborar um plano de *marketing mix* que satisfaça as características da comunidade e os seus serviços;

- b) Criar incentivos de forma a atrair potenciais novos consumidores e aumentar as vendas junto dos actuais clientes.
- c) Estruturar e otimizar os processos produtivos de bens e serviços de forma a os tornar mais acessíveis;
- d) Criar uma imagem identitária forte que facilmente associe e identifique os benefícios e atractividades do destino, de forma a fazer sobressair entre os demais espaços concorrentes pela sua originalidade, cativando e captando a atenção dos potenciais utilizadores.

O desenvolvimento da estratégia de *marketing* visa quatro importantes áreas do mercado, sintetizados na figura seguinte.



Figura 4 – Mercados alvo para uma estratégia de promoção local

Fonte: Kotler *et al.* (1999)

Este modelo estratégico visa captar o consumo dos produtos turísticos por parte dos residentes nas proximidades do destino (fase de introdução). Sem este procedimento, a viabilidade económica e a sustentabilidade podem ser comprometidas, em função de que a procura externa ao destino não exerce numa fase inicial, um retorno financeiro

que viabilize os investimentos. Durante a fase de crescimento ocorrem as condições em que a procura por parte dos turistas começa a tornar viável o investimento realizado. Também começam a surgir novas oportunidades e novos negócios. No entanto, deve-se atender que o território tem uma capacidade de carga limitada e, tal como o princípio da elasticidade dos preços, quando ocorre uma saturação, o valor decai. A gestão crítica sobre a oferta e a procura, como as inevitáveis ameaças que sempre surgirão, tem de ser monitorizada durante a fase de maturação do destino, em função de que a saturação e a erosão dos recursos levarão sempre ao seu declínio. Reinventar ou alterar a natureza e a qualidade da oferta são condições que prolongam o ciclo de vida dos Produtos.

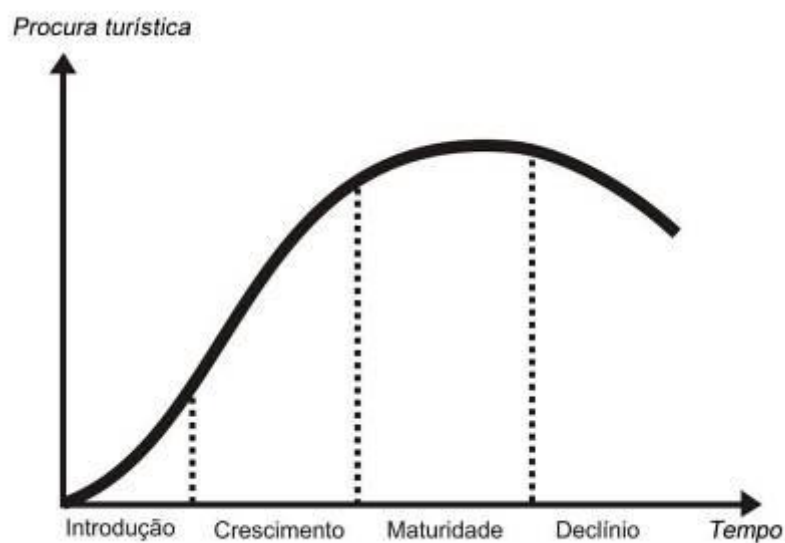


Figura 5 – Ciclo de vida do produto

Fonte: Kotler *et al.* (1999)

Correia (2003:17-21) apresenta um elemento adicional onde se torna importante o desenho das cidades como condição determinante para a atractividade dos locais:

- As condições dos acessos e fluência do tráfego humano que chega, e parte;
- As zonas de lazer;
- Os espaços comerciais;
- A existência de parques empresariais e industriais.

A forma como se articulam estes territórios, irá ditar o seu sucesso, a manutenção da procura ou uma queda dos aglomerados urbanos com a degradação do ambiente social, económico e ambiental.

Os órgãos estatais de administração territorial como as Juntas de Freguesia e as Câmaras Municipais, tendem a funcionar em função dos desejos dos eleitores locais. Assim, as condições que criam, preservam e diversificam vão afectar a qualidade de vida dos residentes e dos não residentes, como fomentar ou suprimir as condições de segurança, factor essencial da satisfação do consumidor que ali se encontra e a imagem mutável que o local tem associado (KOTLER *et al.*, 1999).

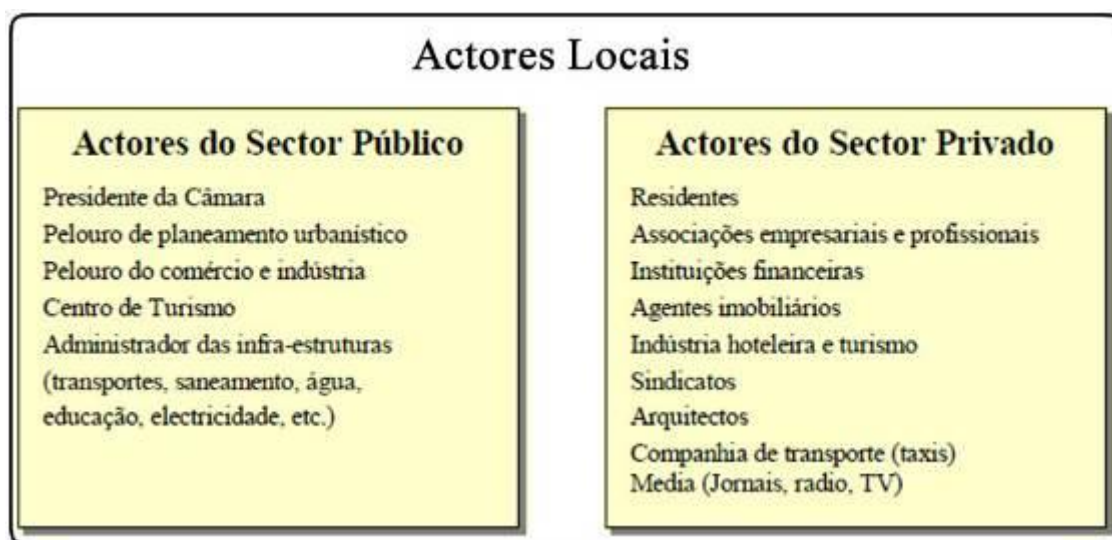


Figura 6 – Actores locais que condicionam o progresso local

Fonte: (Kotler *et al.*, 1993:41)

Sobre a avaliação dos efeitos resultantes dos investimentos turísticos (CUNHA, 2006:353), há a focar que apresentam algumas diferenças de outros investimentos realizados pelo tecido empresarial das outras actividades económicas:

- a) Muitos investimentos realizam-se por razões sociais, formativas, culturais e ambientais sem haver intuito comercial associado, mas com o objectivo de satisfazer o bem-estar e proporcionar melhores condições de habitabilidade aos residentes;
- b) Existe uma partilha dos recursos com outros sectores, como o aproveitamento de espaços desportivos ou destinados a exposições e conferências, em que o turista é encarado como um inquilino;
- c) Alguns investimentos turísticos realizam-se para satisfazer propósitos a curto prazo e de curta duração, como por exemplo festivais, eventos desportivos, exposições e celebrações, e que ficam disponíveis para o usufruto das populações;

- d) Determinados investimentos no sector turístico visam o bem-estar e a satisfação, como a manutenção da cultura local, sejam arenas, miradouros, piscinas, cinemas, entre outras infraestruturas.

2.2.8. O Planeamento Turístico

Uma das características inerentes a todas as civilizações desenvolvidas tecnologicamente, é efetuarem um planeamento formado por processos, normas e registos, que definem etapas temporais com uma visão a longo prazo.

É facto ser comum ao actual universo académico circunscrever alguns fenómenos como a globalização, o turismo e o planeamento à era moderna pós a revolução industrial, deixando nas sombras dos tempos passados, elementos dignos de citação e observação; assim sem ignorar a história, cito como exemplo de uma magnitude que nunca surgiu na Europa em termos temporais, a elaboração de um Planeamento rigoroso em prole dos movimentos religiosos, que actualmente se definem com um atributo de modernidade: o turismo religioso:

Os templos egípcios não foram construídos rapidamente, ou por um rei sozinho. Tais templos foram construídos ao longo dos séculos, por reis sucessivos. Um bom exemplo é o enorme complexo do grande templo de Karnak, que foi construído sobre um período de mais de 1.500 anos. (...) O conhecimento egípcio antigo que se manifestou em seus monumentos foi prescrito em especificações que foram mantidos em arquivos em todo o país. (GADALLA, 2007:126)

Para se compreender a magnitude do planeamento milenar da extinta civilização egípcia que dois milénios passados, subsistem ainda os seus grandiosos templos, e são um destino turístico a nível global de eleição (e recorde-se que originalmente a sua função era atrair os devotos do reino):

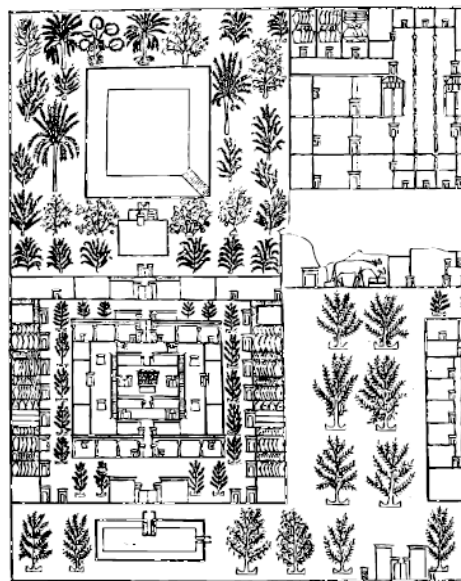
De textos inscritos nas criptas do templo de Het-Heru (Hathor) em Dendera sabemos que o templo foi restaurado durante a Era Ptolomaica, (303 a.C. a 30 a.C) com base em um documento antigo:

A fundação venerável em Dendara foi encontrada no início escritos, escritos em um rolo de couro no tempo do Servos de Heru (= os reis que precederam Mena / Menes),

em Men-Nefer [Memphis], em um caixão, no momento da o senhor das Duas Terras” ... Pepi.

Portanto, é claro que o projeto de restauração durante o período greco-romano foi baseado em desenhos que remontam ao reinado de Pepi na 6ª dinastia (2400 aC), eles próprios reivindicou ser cópias de documentos pré-dinásticos (antes de 3000 aC). (GADALLA, 2000:112)

O que Gadalla descreve é a existência de um Projecto de Arquitectura único para cada complexo edificado. E todos os acrescentos seguiram esse plano original ao longo dos séculos e milénios, cumprindo as especificações iniciais. Os objetivos definidos incluíam a arquitectura paisagística dos espaços, com a alteração da morfologia dos solos, implantando uma flora seleccionada, mas estamos a descrever uma civilização desaparecida há dois milénios com obras edificadas que ainda apresentam muitos mistérios à comunidade científica actual.



Partial plan of an Ancient Egyptian temple showing the landscaping on the temple proper [Beni Hassan]

Figura 7 – Planeamento arquitectónico no Antigo Egipto

Fonte: Gadalla, 2007

O Paisagismo de lugares públicos era essencial no antigo Egipto. Por exemplo, Ramsés III [1194-1163 aC] ordenara árvores plantadas e plantas de papiro em Ta-Apet (Tebas) [como afirmado no Papiro Harris, i. 7,11], e na nova cidade que ele fundou no Delta, ele fez: grandes vinhedos, passeios sombreados por todos os tipos de frutas

doces, árvores carregadas com seus frutos; um caminho sagrado, esplêndido com flores de todos os países, com lótus e papiro, incontável como a areia.

No mesmo Harris Papyrus mencionado acima [i.8,3-4], o texto indica que flores e plantas exóticas foram importados de todos os países e foram plantados em parques para o gozo de jardinagem e cultivo de flores. (GANDALLA, 2007:48)

É indiscutível que os frutos do planeamento a longo prazo criaram recursos que, milhares de anos depois, atraem a curiosidade e fomentam ainda no presente fluxos de pessoas em direcção a estes destinos.

A urbe actual de Santarém histórica, reflecte parcialmente a ordenação geométrica da cidade romana, impulsionada pela administração efectuada pelo ilustre Júlio César, que ali residiu e impulsionou o seu desenvolvimento (CMS, 1996), há mais de dois milénios.

A preocupação com o planeamento é uma actividade relativamente recente em Portugal, surgindo durante os meados do séc. XX, onde foram executados, por exemplo, os planos de ordenamento directores para o desenvolvimento da costa algarvia e da Costa da Caparica. Mas há que realizar a distinção entre os planos de ordenamento (SILVA & UMBELINO, 2017:25), que são rígidos nas suas delimitações, do planeamento que fica a montante e é mais adaptável à evolução dos acontecimentos. Segundo este autor, *a noção de desenvolvimento tem sofrido alterações ao longo do tempo (...) um dos grandes desafios consiste em direccionar o processo de desenvolvimento para o bem comum, para a qualidade de vida das populações e para uma maior sustentabilidade, o que implica uma forte aposta no planeamento e ordenamento do território, tarefa em que o Estado assume papel determinante, mas que implica considerar e envolver todos os stakeholders e, entre estes, em particular a comunidade e o sector produtivo (SILVA & UMBELINO, 2017:21).*

O âmbito dos objectivos a atingir, pode ter uma dimensão territorial internacional, nacional ou regional, e é consensual o seguinte quadro como forma de procedimento.

Quadro 3 – Níveis de acção do planeamento

Planeamento	Estratégico	Táctico	Operacional
Nível e objectivos	Institucional, definição de estratégias	Intermédio	Planeamento, execução e gestão de acções

			concretas
Abrangência	País, região, sector, empresa	Região, produto, departamento	Produto, local, actividade
Abordagem e detalhe	Macro, genérico	Intermédio	Micro, pormenorizado
Prazo	Longo (≥ 5 anos)	Médio (2 a 5 anos)	Curto (≥ 2 anos)
Grau de incerteza	Elevado	Médio	Baixo

Fonte: adaptado de Silva e Umbelino (2017)

O nível estratégico define parâmetros como a visão, a política e estratégias a alcançar tendo um horizonte a longo prazo. Para o fenómeno turístico é importante observar a valorização da qualidade, a competitividade e assegurar a sustentabilidade dos recursos, porque o turismo tem sempre efeitos negativos a longo prazo. Compreender os fluxos, segundo Leiper (citado por SILVA & UMBELINO, 2017), é essencial para a materialização das estratégias.



Figura 8 – Sistema turístico básico segundo Leiper

Fonte: Adaptado de Silva e Umbelino, 2017

Todos os destinos observam um ciclo de vida de surgimento, crescimento, maturação e declínio, proposto por Butler em 1980, onde a longevidade dos mesmos deve ser assegurada atempadamente, antecipando as variáveis e propondo medidas correctivas ao nível do *Marketing*, como enunciou Kotler (1999). Todos estes elementos são fundamentais.

Em teoria, o planeamento reveste-se de grande importância para alcançar a notoriedade e a formação de uma marca identitária do local. Existe a necessidade de entender as tendências actuais e como estas se vão transformar no futuro, e materializar essa visão numa matriz de desenvolvimento sustentável.

Mas na prática, existe uma fragmentação dos agentes como pequenas e médias empresas que, por si, produzem um pequeno impacto, mas que no global moldam a vida do destino turístico. O mesmo se aplica à rotatividade política que os processos

eleitorais cíclicos criam, onde ideologias diversas competem com visões e entendimentos diferentes do que deve ser relevante na materialização de recursos afectos ao destino. Acrescido da rotatividade eleitoral interna de muitas instituições independentes, como por exemplo as unidades da Santa Casa da Misericórdia, que têm um grande peso social e económico em muitas regiões, e que formam uma panóplia de variáveis que constantemente tendem a alterar os desígnios do que deve ser um destino turístico. Exemplo das alterações recentes do planeamento nacional para o Turismo com horizontes definidos, foi o Plano Estratégico Nacional de Turismo (PENT), actualmente substituído pela Estratégia 2027. E conforme vamos consultando os diversos documentos cronologicamente, observamos as inúmeras mudanças, reflexo da ideologia política vigente no momento, como a alteração da designação de tipologias de segmentos de turismo com agregação de subtipos (religião ligado à cultura como exemplo actual), inclusão ou omissão. A este propósito, cita-se Silva e Umbelino (2017: 36-37): *Os planos nacionais para o turismo determinam as opções estratégicas ao nível nacional e regional, mas necessitam de ser acompanhados por planos mais detalhados, em particular ao nível das regiões e dos polos turísticos. A definição mais pormenorizada ao nível regional ou local da organização territorial, dos recursos, dos investimentos, de normas de carácter físico e urbanístico, das limitações e das condições de licenciamento, de políticas regionais na área da cultura e das acessibilidades, entre outros, são essenciais para o sector do turismo e justificam a necessidade de elaboração de planos ao nível regional e local. (...) quer em territórios em que as comunidades são um elemento essencial da oferta turística quer em espaços naturais, corre-se o risco de o turismo se tornar "autofágico", ou seja, destruir o seu próprio suporte (...).*

Ao longo das últimas décadas, têm surgido inúmeros modelos aplicáveis ao planeamento turístico, que visam sempre uma transformação positiva mais ou menos profunda nos parâmetros equacionados, de forma a orientar a sociedade em função de uma missão e visão bem definidos (SILVA & UMBELINO, 2017: 25). O modelo de Inskip (Figura 9), reúne um consenso sobre os parâmetros que devem fazer parte de um bom planeamento estratégico para o turismo.

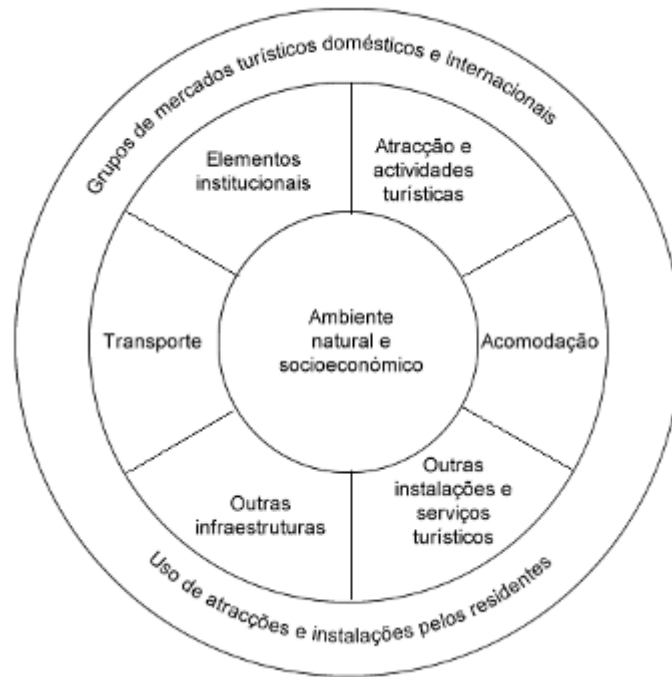


Figura 9 – Modelo de Inskeep (1991)

Fonte: Adaptado de Silva e Umbelino (2017)

Observando a Carta Europeia do Ordenamento do Território (1983), encontramos os pilares de uma formulação sustentável, que independentemente dos modelos que se adopte, tem de cumprir os princípios do diálogo democrático, a integração de todos os agentes, o respeito pelos interesses e valores comuns e ter uma visão do que será a longo prazo a realidade dos territórios.

Por outro lado, *a dificuldade em delinear o sistema turístico, devido à sua complexidade e múltiplas interligações, é assumida nos modelos com enfoque sistémico. A crescente globalização e valorização das tecnologias de informação e de comunicação acentuam essa dificuldade e tendem a complexificar o sistema turístico. Os modelos actuais (...) passam por reforçar as vantagens competitivas, garantir a qualidade da experiência turística, melhorar a qualidade de vida das comunidades receptoras e valorizar os recursos* (SILVA & UMBELINO, 2017: 30-31).

Assim, compõem a visão contemporânea sobre o planeamento dos destinos turísticos os seguintes aspectos:

- Uma visão global de todos os elementos que constituem o sistema turístico;
- Adopção de um modelo de desenvolvimento que assegure a sustentabilidade;

- Elaboração de planos ao nível estratégico assentes nas realidades locais e que almeje resultados reais;
- Envolvimento de entidades privadas e estatais com e sem fins lucrativos que operam no território;
- Criar as condições para a diferenciação da oferta turística e consequente satisfação da procura;
- Investir nas componentes da informação, divulgação, *branding* e *marketing*, tanto ao nível físico como digital.

São exemplos os seguintes métodos de análise aplicados ao *marketing*: o PEST(AL) (Política, Economia, Social, Tecnologia, Ambiental e Legal); a SWOC (ameaças (*threats*), que foi trocado pelo termo desafios (*challenges*), por deter uma conotação mais proactiva, surgindo na literatura mais recente); a matriz de Ansoff (1984); e a matriz BCG (1970), citando Silva e Umbelino (2017).

Seja qual for o modelo de planeamento adoptado, este terá o sucesso assegurado se visar a satisfação dos turistas, dos actores locais e da comunidade residente, bem como a salvaguarda do ambiente.

2.3. Processo Metodológico

Para a prossecução dos propósitos delineados e a exigência da adequada estrutura na formatação do presente trabalho académico, é necessário implementar métodos de investigação científica que sejam assentes em etapas pré-definidas num protocolo metodológico de forma a atingir os objetivos (QUIVY, 2008).

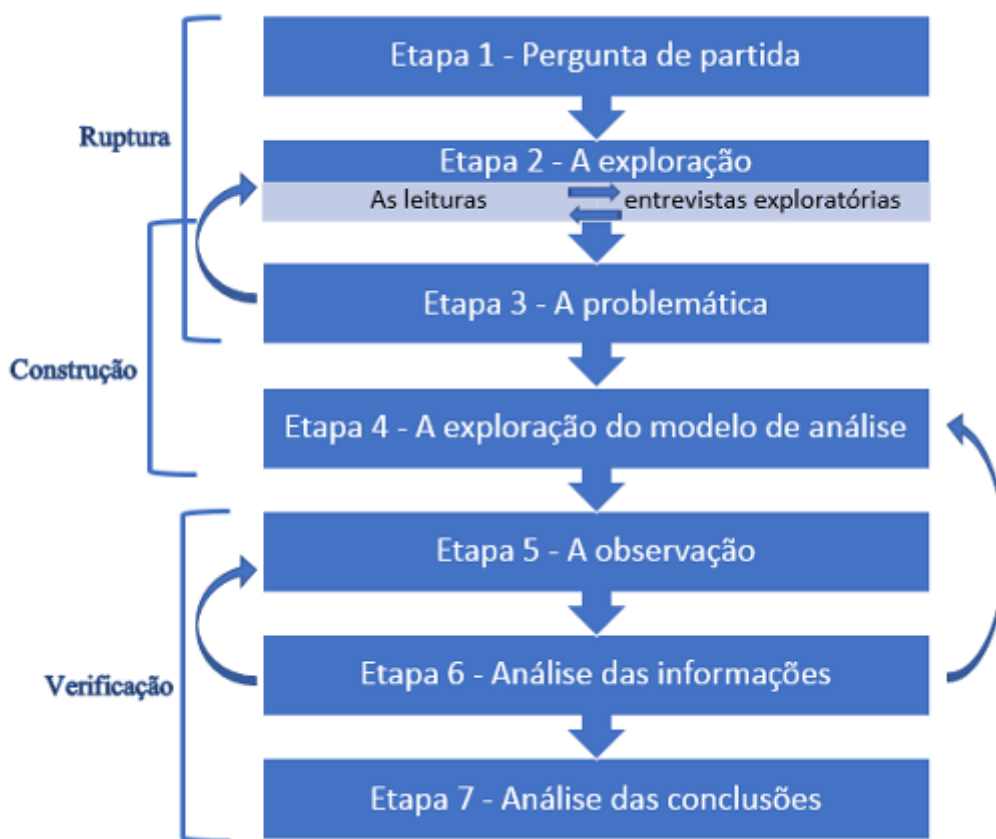


Figura 10 – Etapas da investigação

Fonte: Quivy (2008)

Segundo o modelo de investigação sugerido por Quivy (2008:149): *O modelo de análise constitui o prolongamento natural da problemática, articulando de forma operacional os referenciais e as pistas que serão finalmente escolhidos para guiar o trabalho de colecta de dados e a análise (...).*

Para a elaboração contextual dos conteúdos, efectuou-se uma revisão bibliográfica (livros, teses, dissertações, artigos, publicações de revistas e jornais), como entrevistas, registo de actividades e observação directa.

Já referido no início, o presente documento versa uma abordagem sobre as fontes e autores que recorre à fenomenologia hermenêutica de Cohen e Husserl (ZILES, 2007).

Reflectindo a necessidade de compreender a dimensão emocional do fenómeno humano e a sua pouca ou nenhuma racionalidade no impulso de escolher, o que torna totalmente subjectivo e individualizado a natureza de cada decisão, aplicou-se igualmente a metodologia hermenêutica de Heidegger (PERNECKY, 2010).

E para a colecta de dados junto dos operadores locais também se fez uso da fenomenologia de histórias de vida (CORDERO, 2012).

2.3.1. O turismo como objecto de estudo

A avaliação científica é tipificada pelo emprego de parâmetros e unidades mesuráveis. Mesmo que sejam aplicados aos casos de estudo de natureza emocional que decorrem das actividades turísticas, a predominância do recurso a unidades qualitativas em detrimento das unidades quantitativas, estes processos de obtenção de dados continuam a conter uma enorme subjetividade, em função de que estarão sempre limitados à percepção do investigador sobre a informação que recolhe. Esta condicionante sobre o objecto de estudo, decorre da escolha dos métodos que serão empregues para resolver os problemas afectos à investigação. São exemplo a definição das variáveis e a articulação entre as mesmas e as metodologias (REJOWSKI, 1996; OMT, 2001).

2.3.2. A natureza do Relatório de Estágio

Sendo o objecto de estudo a entidade acolhedora e os seus processos produtivos no que ao desenvolvimento turístico do concelho diz respeito, a metodologia utilizada reparte-se entre três momentos:

- a) Caracterização da Entidade Acolhedora;
- b) Realizar uma descrição sobre os recursos turísticos de maior relevo em Santarém e apresentar uma descrição das actividades que se destacaram durante o decurso do Estágio;
- c) Análise das informações, acções com sucesso tomadas e apresentação de recomendações e críticas sobre os processos no sentido de uma melhoria.

2.3.3. Técnicas de recolha de informação

2.3.3.1. Realização de Entrevistas

A realização de entrevistas é um processo de recolha de informação, útil na compilação de dados, adequado para ser empregue num Relatório de Estágio, por se fundamentar

nas experiências e conhecimentos que os entrevistados têm da realidade. Pode ser efectuado de uma forma informal e espontânea, só a alguns indivíduos, através de perguntas abertas, ou ter uma estrutura formal, constituída por objectivos e é implementado através da realização de inquéritos aleatórios, numa proporção que pretenda representar uma amostra de uma população, de forma a exprimir as suas tendências com uma margem de erro mínima.

O questionário pode ser formado por perguntas fechadas e objectivas, que sejam quantificadas em parâmetros numerológicos de escala fixa ou variável, ou lógicos (sim ou não), de forma a que os dados do inquérito sejam facilmente compilados em matrizes de processos estatísticos.

As entrevistas fechadas apresentam vantagens e desvantagens porque o inquirido encontra-se limitado a responder somente ao que lhe é questionado. Acresce ainda o facto de que a margem de erro pode ser maior em função da autenticidade das repostas, porque a natureza humana é emocional e não racional, e mentir a questões incómodas é uma probabilidade.

Sobre os questionários de perguntas abertas e subjectivas, estes visam obter outro tipo de informações que as perguntas fechadas em parâmetros não iriam abranger. É um mecanismo de exploração indicado para determinar as motivações individualistas e qualitativas dos sujeitos em análise.

Estes processos resultam sempre na obtenção de dados directamente de fontes primárias.

2.3.3.2. A análise documental

Consiste em processos de consulta de fontes primárias e secundárias que abordam os assuntos relacionados directa e indirectamente com o objecto de estudo. Este método pode ser exploratório, numa primeira fase, que irá permitir formular estratégias de aprofundamento do estudo e elaboração de uma relação de objectos de estudo que levam a análise da problemática. Numa segunda fase, os dados documentais permitem estudar organigramas, relatórios e quadros que reflectem de uma forma sintetizada o funcionamento e estrutura de uma organização, depreendendo o seu funcionamento. Estes elementos são constituídos por informações comunicadas, impressas ou *online*

sobre eventos, reuniões, declarações publicas, calendários, programação, artigos e reportagens como publicações.

2.3.3.3. Observação Directa

Este método de investigação é imparcial porque permite recolher dados sem ocorrer qualquer interferência por parte do observador com o fenómeno em estudo no momento em que ele se está a realizar.

Embora os fenómenos sejam representativos na sua expressividade espontânea, existe sempre alguma subjectividade tanto ao nível do interpretador, como das motivações dos actores em estudo que podem ter comportamentos estatisticamente anormais, como por exemplo, ter ocorrido algum evento que altere temporariamente a conduta dos sujeitos e esse dado é omissos.

2.4. Selecção dos métodos de análise

Seguindo o roteiro metodológico proposto por Quivy (2008), tendo em conta os objectivos e os aspetos a serem analisados, foi definido como instrumentos de obtenção de dados a análise documental, observação directa e entrevistas que resultaram em dados de fontes primárias, que vêm dar sustentabilidade e reforço sobre as conclusões a apresentar.

A pesquisa documental foi baseada em dados de fontes secundárias, que incluiu a literatura impressa pela Entidade Acolhedora, publicações *online* da mesma e a consulta a jornais regionais de forma a elaborar uma visão sobre as actividades dos agentes económicos e privados. Também participei em reuniões, onde como interveniente directo, influenciei as orientações e características de um recurso turístico já existente e outro em projecto (Caminho Internacional de Santiago e futura Grande Rota do Tejo).

O Instituto Nacional de Estatística publica o Anuário Estatístico, sendo a última publicação datada de 2016 (INE, 2017).

A NERSANT apresenta em publicações internas, disponíveis só aos seus associados, alguns dados sobre a actividade económica geral do distrito. A associação empresarial

engloba ainda empresas de alguns Concelhos da NUTS II Centro que fazem parte do distrito de Santarém (NERSANT, 2017).

Capítulo 3 – Caracterização da Entidade Acolhedora

O Município de Santarém localiza-se em Portugal continental, na NUTS II Alentejo e na NUTS III Lezíria do Tejo, e é um dos territórios que pertence à Comunidade Intermunicipal da Lezíria do Tejo (CIMLT) (Figura 11).



Figura 11 – Limites territoriais da NUTS II Alentejo

Fonte: INE (2017)

Santarém, considerando as delimitações geográficas distritais: *limita a Norte com os distritos de Leiria e Castelo Branco, a leste com o distrito de Portalegre, a Sul com os*

distritos de Évora e Setúbal e a Oeste com os distritos de Lisboa e Leiria. Sendo o 3.º maior distrito português, ocupa uma área de 6700 km². O distrito de Santarém está subdividido nos concelhos de Abrantes, Alcanena, Almeirim, Alpiarça, Benavente, Cartaxo, Chamusca, Constância, Coruche, Entroncamento, Ferreira do Zêzere, Golegã, Mação, Ourém, Rio Maior, Salvaterra de Magos, Santarém, Sardoal, Tomar, Torres Novas e Vila Nova da Barquinha (VISITAR PORTUGAL, 2018).

O Município de Santarém é composto por dezoito Juntas de Freguesia, ocupando uma área de 560,3 km² (CMS, 2017): Abitureiras; Abrã; Alcanede; Alcanhões; Almoester; Amiais de Baixo; Arneiro das Milhariças; Gançaria; Moçarria; Pernes; Póvoa da Isenta; Vale de Santarém; União de Achete, Azoia de Baixo e Póvoa de Santarém; União de Azoia de Cima e Tremês; União de Casével e Vaqueiros; União da Cidade de Santarém; União de Romeira e Várzea; União de S. Vicente do Paúl e Vale de Figueira.

A Câmara Municipal de Santarém é um Organismo de Gestão Territorial que integra o Estado da República Portuguesa, sendo a sua sede localizada na Praça do Município. Tem o Número de Identificação Fiscal (NIF) 505 941 350. E o Código de Atividade Empresarial (CAE) 84113 - Administração Local, Administração Pública - Câmaras Municipais, tendo sido registada na Conservatória do Registo Comercial de Santarém com o NIF supracitado.

Nos termos da Constituição da República Portuguesa, o Estado compreende a existência de poderes locais com a denominação de autarquias (a par das freguesias), as quais são pessoas colectivas territoriais dotadas de órgãos representativos e que visam a prossecução de interesses próprios das populações (artigo 235.º). São constituídos pelos órgãos Assembleia Municipal e Câmara Municipal, (conforme Artigos 250.º a 252.º, da Constituição da República Portuguesa, conjugados com o n.º 2, do Artigo 5.º e o Artigo 6.º, fazendo parte do Regime Jurídico das Autarquias Locais (RJAL), presentes no Anexo I à Lei n.º 75/2013, de 12 de setembro).

Compete à CMS e às demais autarquias zelar pela satisfação das necessidades das comunidades locais, promover o desenvolvimento socioeconómico da região, e o regular ordenamento do território, como assegurar o abastecimento público, saneamento básico, a saúde, educação, cultura, preservação do ambiente, apoio desporto e o desenvolvimento turístico.

3.1. Caracterização do Município e do seu território

3.1.1. Caracterização Geográfica

É pertinente realizar esta descrição com o propósito de identificar os recursos turísticos materiais e imateriais de maior destaque trabalhados durante o período de estágio que compõem a oferta de produtos turísticos endógenos (CUNHA, 2006).

Em primeiro, os recursos naturais hídricos, que em termos do consumo turístico, tem uma actividade residual, o que se deve às limitações ambientais impostas pela Agência Portuguesa do Ambiente (APA) (PEREIRA, 2018). É o caso do maior rio português e internacional, o Tejo, que nos séculos passados constituiu uma via de transporte que ligava as regiões centrais do país à capital (CMS, 1996), e que actualmente é foco de notícias sobre a sua poluição, ou os caudais fluviais muito reduzidos (RTP, 2018). No Município existem outros afluentes, a exemplo o rio Alviela, onde da sua nascente procede um aqueduto que abasteceu Lisboa nos últimos dois séculos até à construção do aqueduto provindo da Barragem de Castelo de Bode, ao longo da segunda metade do séc. XX. (RODRIGUES, 2013). Neste Concelho, ambos os aquedutos seguem subterrados em paralelo para Sul, constituindo um potencial recurso turístico sobre a forma de via pedestre e ciclável.



Figura 12 – Via proporcionada pela conduta subterrânea proveniente de Castelo de Bode para Lisboa, em Santarém

Citando Luís Moutinho (MOUTINHO, 2007), sobre as condições naturais da geografia circundante a Santarém: *O Rio Tejo, que a atravessa, considerado como o “principal factor promotor do desenvolvimento desta zona geográfica”, marca-lhe a paisagem. As*

suas inundações mais ou menos regulares proporcionam terrenos agrícolas de elevada fertilidade nas áreas marginais e “desenvolvem prados naturais que propiciam a criação de touros e cavalos”, autênticos ícones da identidade regional. (...). Ao menor dinamismo da margem Sul do Tejo, “uma das regiões menos povoadas e mais monótonas de Portugal”, contrapõe-se a maior vitalidade demográfica e económica dos concelhos da margem Norte, decorrente da fixação de um tecido empresarial que se tem distendido desde a capital, ao longo de “uma faixa ribeirinha urbano-industrial, cujo desenvolvimento se começou a verificar na década de vinte”, do século passado e por onde passam “as condutas de abastecimento de água de Lisboa (...).

Em termos climatológicos, Santarém outrora uma região de clima ameno composta por bosques, de tal forma que atraiu a nobreza portuguesa desde a conquista por D. Afonso Henriques (1147 DC), até meados do segundo milénio, apelidada como a segunda Sintra (CMS, 1996). O desaparecimento deste importante coberto vegetal, que cedeu à existência das actuais planícies de cultivo intensivo (o sector primário é dominante na paisagem deste município), leva a que se registem ao longo do ano, temperaturas entre as mais elevadas das cidades de Portugal continental, detendo uma fraca pluviosidade anual (CENTRO METEO, 2018).

3.1.2. Arqueologia e história, factos mais relevantes

As campanhas arqueológicas realizadas na Cidade de Santarém demonstraram ter existido uma ocupação humana contínua desde o Paleolítico (CMS, 1996), conforme os achados arqueológicos guardados no Núcleo de Arqueologia da CMS.

A organização do centro histórico resulta do período de ocupação Romana. Desta época destaca-se em termos históricos a presença do ainda comandante, Júlio César, que esteve acantonado em 61AC na *Scallabis Castrum* (Santarém). Obedecendo a um princípio de divisão dos exércitos e da vida social deste povo, separavam em quatro quadrantes os espaços que habitavam, percorridos por duas *strada* principais.

O *Cardus Maximus* orientado norte-sul, mas que com o atravessar dos séculos, deixou de ser uma via direita, mas composta por ligeiras curvas provindo a Norte onde se encontra o actual Largo do Seminário (e posteriormente a medieval Porta de Leiria, actualmente dentro da Igreja da Piedade), até Alfanges a Sul.

Esta via era cruzada num eixo Este-Oeste com o *Decumano Maximus*, onde na actualidade, atravessa parte da antiga Grande Rota Internacional dos Caminhos de Santiago. O maior vestígio Romano é as bases de um Templo que se encontra nas imediações do Jardim das Portas do Sol, uma das sete entradas que nos tempos medievais permitiam o acesso à urbe fortificada (*castrum*). Actualmente é o centro de interpretação *Urbi Scallabis* – USCI, aberto ao público (CMS, 1996, 2018).

Existem inúmeros vestígios arquitectónicos da ocupação árabe. Mas a judiaria escalabitana, infelizmente foi descaracterizada e destruída ao longo dos séculos, remanescendo somente a memória da área onde se encontrava localizada. É focado este pormenor porque o Turismo Religioso por parte das Comunidades Judaicas é um importante nicho de mercado para muitos destinos como Caria, Belmonte, não sendo possível a Santarém concorrer nesse mercado (MOUTINHO, 2017).

O património histórico mais visitado na cidade, foi edificado durante dois períodos. Entre os sécs. XII a XIV, quando as Côrtes efectuavam períodos de veraneio e financiavam a construção de monumentos em arquitectura gótica (Fonte das Figueiras, Igreja de Santa Clara são exemplos). Seguiu-se o estilo Maneirista (sécs. XIV e XV), onde ainda subsistem inúmeros monumentos visitáveis desta época (CMS, 1996).

Na Igreja de Santo Estevão, encontra-se um dos poucos milagres eucarísticos aceites pela ICAR, estando hoje exposta naquele local a sagrada partícula, atraindo um movimento de turismo religioso nacional e internacional significativo à cidade. Segundo os cronistas, em 1266 uma senhora que sofria maus tratos do marido alcoolizado, recomendada por uma bruxa, desviou uma hóstia consagrada, a qual durante a noite começou a emitir luz e libertar sangue. Assustada, chamou o padre e o bispo, que perante o santo milagre, levaram de volta para a igreja a partícula. O templo actual embora fundado no séc. XIII, apresenta traços maioritariamente renascentistas, devido à destruição provocada pelo terramoto de 1531.

Para compreender as causas da decadência de Santarém, a par do contexto sócio-político-religioso da regressão dos povos peninsulares (QUENTAL, 1871), em 1491 morre o herdeiro do Trono de Portugal (e Castela), Afonso, o Príncipe Perfeito, num acidente a cavalo em Alfange, às portas de Santarém, somente testemunhado pelo seu criado, que no mesmo dia foge para Espanha de onde era natural. Este acidente vem beneficiar Castela que, de outro modo, viria a ser regida pelo Príncipe que faleceu. A

cidade adquire uma imagem negativa e a partir dessa data é devotada ao ostracismo por parte da Casa Real (CMS, 1996).

Foco de grande atractividade é o tumulo na Igreja da Graça de Pedro Álvares Cabral, a quem se atribui a descoberta do Brasil que leva a atrair aquele local muitos turistas desta nacionalidade. Como reforço a este recurso, encontra-se ao lado o espaço cultural Casa do Brasil. (MOUTINHO, 2017).

Sá da Bandeira, natural de Santarém, é um dos vultos que se destacam entre as figuras históricas, tendo uma estátua em sua homenagem no Largo do Seminário. Próximo, o seu Palácio Landal é na actualidade um espaço cultural aberto ao público. D. Miguel e D. Pedro, irmãos que disputaram o direito sucessório sobre o Reino de Portugal, iniciaram uma guerra civil (1828 a 1834), tendo sido ganha por D. Pedro onde a devoção e empenho do ilustre escalabitano foram decisivos para a resistência e consequente vitória.

Durante o séc. XX, a cidade recebeu investimentos para o desenvolvimento turístico, sendo exemplo a construção do Mercado em 1930, obra do Arquitecto Cassiano Branco, ilustre figura que influenciou a arquitectura e consequentemente, o turismo a nível nacional durante os primeiros anos de vigência do Estado Novo.

E no dia 25 de Abril de 1974, o grupo de militares revoltosos dá início à Revolução dos Cravos, saindo do Quartel do Regimento de Cavalaria de Santarém, (actualmente desactivado e propriedade da CMS (CMS, 2017)), tendo se dirigido a Lisboa para efectuar uma mudança de Regime. Em homenagem a este evento, existe uma estátua a Salgueiro Maia sobranceiro a um chaimite na extremidade sul da cidade, muito afastado da extinta Escola Prática de Cavalaria, dissociando em distância a figura erigida, do local histórico.

Por último, ocupando um antigo Palácio Real contiguo ao jardim Portas do Sol e a Igreja de Alcáçova, encontra-se o espaço cultural Fundação Passos Canavarro, com uma exposição permanente de arte de diversas proveniências colecionadas por este português. Entre os vultos que ali permaneceram, destacam-se o Rei D. Afonso Henriques como Almeida Garret, que ali passou alguns dias enquanto manuscovia a sua obra famosa Viagens na minha terra, onde já identifica uma decadência da cidade em meados do séc. XIX (CANAVARRO, 2018).

3.1.3. Geografia, Economia e factos

Caracterizando a geografia deste território a Norte do rio Tejo, as planícies dominam a paisagem junto às margens do rio e os seus afluentes, dando lugar a elevações pouco acentuadas conforme se vai progredindo para o interior. O sector primário sempre dominou o tecido económico regional, sendo a propriedade da terra constituída pelo latifúndio a Sul, onde quintas seculares ocupam entre dezenas e as centenas de hectares dos solos aráveis, e conforme se progride para o interior, o relevo do terreno torna-se mais acidentado, dando lugar ao minifúndio e uma agricultura de subsistência.

Em termos paisagísticos, à medida que se percorre o concelho de Sul para Norte vai-se passando de uma paisagem intensamente humanizada, com diversos aglomerados populacionais de dimensão variável ao longo das vias de comunicação, onde imperam as culturas de tipo mediterrânico como o olival e o trigo que convivem com as vinhas, para uma mancha florestal constituída por povoamentos de pinheiro e eucalipto cobrindo colinas e encostas areníticas e calcárias (...) (CMS, 2017).

Existem quatro tipos de zonas naturais nesta paisagem:

- A Lezíria ou Campo, adjacente às margens do rio Tejo que periodicamente são inundadas quando os caudais aumentam, fertilizando e melhorando a produtividade dos solos arenosos em termos de exploração agrícola. O latifúndio domina esta paisagem, onde podemos destacar do Município adjacente, a Quinta da Lagoalva, com uma oferta de agroturismo e está a construir um museu de coches com o apoio do Museu Nacional dos Coches;
- O Bairro formado por elevações pouco acentuadas, é a morfologia de maior expressão neste território. Constituído por solos areníticos e calcários, suportam diversos tipos de culturas de sequeiro como a vinha, o olival, o amendoal. Ocorre o latifúndio e minifúndio, sendo os recursos turísticos compostos por locais onde ocorreram acontecimentos históricos ou pessoas de renome ali se encontraram, sendo exemplo a Quinta de Vale de Lobo, outrora propriedade de Alexandre Herculano, que apresenta uma oferta de agroturismo;
- A Serra no extremo norte do concelho, em pleno maciço do Parque Natural da Serra de Aires e Candeeiros, encontra-se a maior concentração de espaços naturais com uma fauna e flora mediterrânica combinada com a exploração de espécies exóticas como o Eucalipto. Devido à irregularidade dos terrenos, a

exploração agrícola é de subsistência caracterizada pelo minifúndio, sendo a extracção de pedra calcária a fonte de riqueza deste território. É o espaço ideal para a criação de produtos turísticos dedicados ao turismo activo;

- A Charneca localizada entre o Bairro e a Serra, representa uma subzona de transição semelhante ao Bairro, constituída por solos ácidos e arenosos ou de cascalho, surgindo o xisto em solos menos consolidados.

A produção agropecuária e a extracção de pedras ornamentais são as principais fontes de rendimento da região (sector primário), apoiados por serviços de apoio às máquinas e actividades agrícolas (sector terciário). Também existe um sector secundário de comércio concentrado principalmente na cidade de Santarém que apresenta o maior aglomerado populacional do concelho. No território ainda encontramos alguns parques industriais e a existência de grandes fábricas fora da cidade, onde se faz destaque à produção local de mobiliário em Amiais de Cima, a J. J. Louro Pereira que fabrica colchões, equipamentos para hotelaria e mobiliário com diversas marcas como a *Lourini*TM. Existem duas unidades fabris concorrentes de cerveja em Santarém, produtoras das marcas *Super Bock*TM e a *Estrella Damm*TM. Considerando o mercado dos eventos como os espectáculos, estes produtores apresentam-se como um recurso local importante (MOUTINHO, 2017).

Em relação aos eventos, encontram-se na cidade dois espaços dedicados, o CNEMA, com 64 hectares e contendo 3 pavilhões cobertos, e o Campo Emílio Infante de Câmara, com 8 hectares descobertos, onde se encontra a Praça de Touros e a Casa do Campino, espaço em que se realiza anualmente o Festival Nacional de Gastronomia de SantarémTM.

Em relação ao Alojamento, existem duas unidades hoteleiras, uma de quatro estrelas (Santarém Hotel, grupo *Corinthia*, 110 quartos), e a outra de três estrelas (Hotel UMU, com 30 quartos), totalizando na cidade, 140 quartos, o que é manifestamente insuficiente para a realização de Congressos. O Alojamento Local (Anexo B), adiciona de forma dispersa pelo território, 390 camas à oferta. A NERSANT realiza anualmente um evento internacional em Tomar, no Hotel dos TempláriosTM, com 177 quartos, porque segundo esta Associação Empresarial, Santarém precisa de mais um hotel para conseguir alojar os participantes, de modo a evitar a deslocação para um destino concorrente (NERSANT, 2017).

3.1.4. Estratégias de Promoção Turística vigentes

O *slogan* Santarém, Capital do Gótico é a promoção mais visível deste Destino Turístico. O logotipo estilizado da CMS, simboliza a medieval Porta do Sol (Figura 13). É composto por uma ogiva, forma arquitetónica que surgiu durante o período gótico e ao mesmo é associado (CMS, 2017).

Parte dos monumentos tem graves limitações para serem consumidos como produtos turísticos, seja em acessos ou em horário de funcionamento, encerrando cedo. A Fonte das Figueiras carece de uma deslocação propositada aquele local. A Igreja de Santa Clara é aberta para realizar serviços religiosos. O Convento de S. Francisco, espaço vocacionado para eventos, quando é alugado, torna-se inacessível a sua visita. A Igreja de S. João de Alporão por questões de segurança estrutural encontra-se encerrada, pelo que a oferta do gótico se encontra limitada parcialmente a uma contemplação das fachadas exteriores.



Figura 13 – Logotipo da CMS
Fonte: CMS (2018)

A procura turística principal na cidade e no centro histórico está escorada nos recursos Igreja da Graça e Casa do Brasil, devido ao túmulo de Pedro Álvares Cabral. E a Igreja de Santo Estevão, conhecida internacionalmente pelo Santo Milagre, um dos poucos milagres eucarísticos reconhecidos pela Igreja Católica Apostólica Romana (ICAR) a nível mundial, mas pouco conhecido pelo público nacional.

Comparando com as Salinas de Rio Maior a 30 km de distância de Santarém, que recebeu em 2016, uma afluência superior a 100 000 visitantes (MOUTINHO, 2017), o destino cidade de Santarém, oferece uma diversidade muito maior de recursos turísticos, mas comparativamente, a procura mantém-se reduzida.

A oferta com maior projeção a nível regional e nacional é o património imaterial, constituído pelas tradições gastronómicas, equestres e taurinas. O expoente máximo é a

Feira Nacional da Agricultura que ocorre anualmente no CNEMA. E o Festival da Gastronomia, no Campo Infante da Câmara, dentro da cidade.

3.1.5. Organismos que se destacam no contexto socioeconómico escalabitano

Passo a destacar as Entidades que foram mais relevantes durante o período de Estágio, que se situam no perímetro da cidade e cujas actividades devem constar neste Relatório.

Formando profissionais para os sectores do turismo, existem na cidade de Santarém, quatro escolas de ensino superior (ISLA de Santarém, Instituto Politécnico de Santarém com várias escolas superiores), e duas escolas profissionais (a Escola Profissional do Vale do Tejo e o IEFP).

Agregada ao complexo do Instituto Politécnico de Santarém, apresentando cursos directamente vocacionados para o turismo, encontra-se a Escola Superior Agrária (ESA, 2018), a Escola Superior de Educação (ESE) e, indirectamente, a Escola Superior de Gestão e Tecnologia (ESGT), com uma licenciatura em Negócios Internacionais.

Pode-se assim afirmar que neste território, todos os anos existem profissionais a obterem qualificações no sector do turismo.

Em termos associativos, apesar de existirem inúmeras instituições no território escalabitano, apenas de refere as duas que gerem importantes recursos turísticos na cidade:

1. O Clube de Canoagem *Scalabitano* da Ribeira de Santarém, situado nas imediações do desaparecido Porto de Santa Iria, onde só resta o monumento, e que se confronta com problemas de acessibilidade ao Rio Tejo (PEREIRA, 2018);
2. A Fundação Casa Passos Canavarro, centro de Cultura e Exposição permanentes (CMS, 2017; CANAVARRO, 2018).

Embora não tenha uma forma legal e seja propriedade da CMS, existe também como local de exposições temporárias, o Palácio Landal e a Casa do Brasil (CMS, 2017).

Existem dois recursos turísticos geridos pela ICAR que são produtos turísticos com muita procura:

1. A Igreja de Santo Estevão, também identificada como a Igreja do Santo Milagre;
2. O Museu Diocesano, que inclui visitas à Sé Catedral.

No contexto associativo, a NERSANT empreende regularmente formação no turismo para os quadros das empresas associadas. Realiza ainda acções de consultoria, vocacionadas para fomentar o mercado turístico na região.

No tecido empresarial da cidade, identifica-se entre um vastíssimo leque de entidades, três que controlam recursos turísticos imateriais importantes e que, pela sua marca, se distinguem entre as demais:

1. A Pastelaria Bijou que produz doces conventuais locais como o Arrepiado ou a Celeste, e inovou criando na década de 70 do século passado, um doce que ganhou rapidamente fama que é o Pampilho;
2. O Restaurante Taberna Ó Balcão, propriedade do *Chef* Rodrigo Castelo, que se destina a um público abastado, promove a gastronomia regional e emprega preferencialmente produtos providos da produção regional, sendo um agente activo da promoção do destino;
3. Conjunto de restaurantes O Quinzena (três em Santarém e um quarto em Almeirim), que são uma marca com muita atractividade, detendo capacidade para receber nos seus espaços grandes grupos. Uma unidade está localizada dentro do maior hotel da cidade, o Santarém Hotel com 4 estrelas.

3.2. Estrutura Organizacional

O Presidente do Executivo da Câmara Municipal de Santarém, é actualmente o Ex.^{mo} Sr. Ricardo Ribeiro Gonçalves, que no presente mandato, acumula a pasta do Turismo. Foi eleito em 2013, mas desde 2012 que assumiu a Presidência da CMS até ao presente (CMS, 2017).

Como assessora do Presidente, Vânia Crespo Rafael, auxilia nas deliberações e gestão do Turismo neste território, sendo o segundo elemento decisor na hierarquia de responsabilidades.

O Estágio foi realizado no Serviço de Cultura e Turismo, inserido à altura no Departamento de Administração e Finanças. Durante este período, por decisão do

executivo, efectuou-se uma separação administrativa de funções e pessoas, tornando independente a equipa responsável pelo turismo. Reportei a várias pessoas ao longo do tempo a necessidade de alterações, o que influenciou a implementação das recomendações que indiquei visando o melhoramento da atractividade do destino.

O meu supervisor de Estágio na Entidade Acolhedora foi o Técnico Superior de Turismo Luís Manuel Teixeira Moutinho, integrado no Serviço supracitado. O organograma da CMS encontra-se no anexo C.

3.2.1. Alterações à estrutura Organizacional afeta ao Turismo

Quando se iniciou o Estágio, a responsável hierárquica do supervisor de Estágio que deliberava sobre a Cultura e Turismo era Conceição Prino. Em meados de Janeiro, ocorreu uma separação orgânica, tendo sido a equipa responsável pelo Turismo na CMS transferida para o Posto de Turismo, saindo da Casa de Portugal. Foi indigitada Lúcia Militão como coordenadora do Turismo (e do supervisor de Estágio *Luís Moutinho*), reportando à Assessora Vânia Rafael. Manteve-se este Serviço à mesma integrada na Cultura, mas sem mais reportar aos seus quadros. Em termos funcionais, responde na actualidade diretamente ao Presidente da CMS.

Na parte inicial do Período de Estágio, o Técnico Superior de Turismo *Luís Moutinho* esteve ausente devido a problemas de saúde, coordenando a partir do seu domicílio os trabalhos em curso, parte dos quais vim a intervir e representar em reuniões a sua pessoa. Estas funções foram-me atribuídas por estar ao corrente dos trabalhos, como por exemplo no CS.

Capítulo 4 – Desenvolvimento do Estágio

Os trabalhos efectuados no Serviço de Turismo, consistiram na realização de tarefas administrativas diversas e algumas específicas dentro dos propósitos do Estágio, que serão foco de análise seguinte, através de considerações sobre os processos produtivos.

No desenvolvimento do Estágio, destaca-se a elaboração de uma ficha discriminativa dos recursos turísticos relacionados com o CS, pedida pela Entidade Regional de

Turismo do Alentejo (e Ribatejo) à CMS (Anexo D), a par da preparação da presença do Município na Bolsa de Turismo de Lisboa (BTL 2018).

Paralelamente à agenda da CMS, também se investiu na procura activa de elementos patrimoniais no sentido de se criarem novas atracções estruturadas, indo ao terreno falar com residentes locais, que conhecem o território e se disponibilizaram em mostrar os recursos naturais e edificados presentes que podem constituir novos recursos turísticos, principalmente para o turismo activo de natureza e cultural. Não existem percursos pedestres homologados que tenham sido registados pela CMS ou outra entidade promotora. Nem foi produzida qualquer informação sobre estes recursos turísticos.

O posto de turismo disponibiliza brochuras sobre atracções culturais dentro da cidade e esta é a única oferta existente.

4.1. Processos efectuados que serão foco de análise

No período de Estágio, discriminam-se os seguintes processos e resultados:

1. Realização de uma ficha técnica solicitada pela ERT Alentejo (e Ribatejo), identificando os principais recursos turísticos e a sua caracterização no âmbito do CS;
2. Criação da nova grande Rota do Tejo pela CIMLT;
3. Presença no Certame BTL 2018 que decorreu na FIL;
4. Atendimento público no Posto de Turismo;
5. Levantamento e identificação de novos recursos turísticos.

Estes tópicos serão em seguida explanados, de onde se obterá os resultados sujeitos a recomendações.

4.2. Relatório sobre as actividades

4.2.1. Identificação e caracterização do percurso CS

Havendo urgência em cumprir prazos e estando o Técnico Superior de Turismo ausente por motivos de saúde, encarregou-me o próprio de preencher uma ficha solicitada pela Entidade de Turismo do Alentejo (e Ribatejo), com a identificação e caracterização do

percurso do CS (Anexo E) e os recursos turísticos que o compõe, o que constituiu uma aplicação prática dos conhecimentos ministrados durante o presente Mestrado.

Quadro 4 – Cronograma dos trabalhos a desenvolver no âmbito do projeto Caminhos de Santiago a sul do Tejo

CRONOGRAMA

ATIVIDADES	2017				
	JUL	AGO	SET	OUT	NOV
1- Reunião de Abertura e ronda inicial de contactos	■				
2- Diagnóstico do "estado da arte dos Caminhos de Santiago"	■				
3- Entrega do relatório contendo a descrição e caracterização do "estado da arte dos Caminhos de Santiago" no Alentejo e Lezíria do Tejo		■			
4- Desenvolvimento do modelo de governance e de gestão de parcerias dos Caminhos de Santiago do Sul do Tejo		■	■	■	
5- Entrega do relatório do modelo de governance e de gestão de parcerias dos Caminhos de Santiago do Sul do Tejo				■	
6- Conceção e design dos "Caminhos de Santiago a Sul do Tejo" e das vias que os constituem, incluindo o projeto de execução para as respetivas marcações no terreno				■	■
7- Entrega do relatório de conceção e design dos "Caminhos de Santiago a Sul do Tejo" e das vias que os constituem, incluindo o projeto de execução para as respetivas marcações no terreno					■

Fonte: ERT Alentejo (e Ribatejo)

Este trabalho requereu estabelecer contactos com inúmeras entidades e ir ao terreno efectuar levantamentos. O responsável pelos esclarecimentos sobre o preenchimento da ficha foi Nuno Gustavo da consultora THC - *Tourism & Hospitality Consulting*, Lda.

4.2.2. Criação da futura Grande Rota do Tejo pela CIMLT

Aproveitando um apoio do Quadro Comunitário Portugal 2020, visando o desenvolvimento do turismo e novos recursos, a Comunidade Intermunicipal da Lezíria do Tejo desenvolveu um Projecto para candidatar-se a esta linha de financiamento, criando uma Grande Rota (percurso pedestre com mais de 30 km segundo as normas da FCMP - Federação de Campismo e Montanhismo de Portugal), que permita reabilitar antigas edificações, como os antigos diques nas margens do rio Tejo, adaptando-as ao pedestrianismo e ciclismo.

A 11 de Janeiro de 2018, nas Instalações do Departamento Técnico de Gestão Territorial da CMS, ocorreu uma reunião que envolveu este órgão, o Serviço da Cultura e Turismo (representado pela minha pessoa) e uma responsável da CIMLT.

A decisão de representar o Técnico Superior de Turismo Luís Moutinho partiu do mesmo por ter acompanhado com ele em estágios anteriores, trabalhos no terreno do trajecto integral do CS que atravessa o concelho, como também deter formação Técnica Superior em Turismo e me encontrar a proceder ao preenchimento da ficha supracitada.

A Grande Rota do Tejo, terá dois grandes trajectos ancorados ao longo das duas margens do rio. Será composta, ainda, por pequenos trajectos satélite a partir deste troço principal e que permitirão visitar recursos turísticos próximos, em pequenas rotas lineares e quando possível circulares, para serem fruídas a pé ou de bicicleta.

Os resultados apresentados para a futura Grande Rota consideravam a coincidência deste trajecto com o percurso do CS a norte da cidade, mas em Vale Figueira existiam duas opções em análise – entrar ou não na localidade –, tendo-se optado por entrar na aldeia, decisão que influenciei, baseada nos aspectos de segurança (gestão de factores de risco), uma vez que no centro da povoação se encontram pontos de apoio, como dois cafés, um restaurante e no Centro Paroquial, o Núcleo de Escuteiros, bem como as instalações da Junta de Freguesia, locais onde será possível obter auxílio e realizar um momento de pausa após atravessar uma paisagem de 11 km composta por campos de cultivo sem habitações, isto é, sem presença humana permanente.

Sobre outras considerações do que foi focado na reunião, efectuarei análises críticas no subcapítulo 5.2.

Posteriormente, a 30 de Janeiro de 2018 a CIMLT convidou as entidades regionais relacionadas com o turismo para uma reunião na sua sede em Santarém para a apresentação oficial do Projeto que visa criar a Grande Rota do Tejo.

A figura 14 e o anexo F foram extraídos da apresentação efectuada durante este evento, apresentando os eixos e objectivos como o enquadramento a que se propõe a criação desta Grande Rota.



Figura 14 – Eixos e objetivos da grande rota do Tejo

Fonte: CIMLT (2018)

Seguidamente, citam-se os elementos apresentados sobre o Projecto da Grande Rota do Tejo:

- É composto por um conjunto de percursos totalizando 240 km, junto ao Tejo e afluentes;
- Pretende promover a valorização da paisagem, ambiental e patrimonial;
- Ir-se-á realizar a ligação entre os centros urbanos e as Vilas da Lezíria do Tejo, pertencentes aos Municípios de Almeirim, Alpiarça, Azambuja, Benavente, Cartaxo, Chamusca, Coruche, Golegã, Rio Maior, Salvaterra de Magos e Santarém;
- Irá percorrer o mesmo percurso da Grande Rota Europeia E7-GR 12, entre a Azambuja e a Golegã;
- É uma proposta para a requalificação de pavimentos da rota, sinalética e promoção nacional e internacional por parte do projecto *Portuguese Trails* do Turismo de Portugal (www.portuguesetrails.com), visando a promoção do *Walking & Cycling*, como produtos turísticos de excelência.

Este Projecto, se for aprovada a sua candidatura ao financiamento comunitário, será materializado no segundo semestre de 2019, com o início dos trabalhos no terreno segundo a informação prestada.

4.2.3. Presença no Certame Bolsa de Turismo de Lisboa 2018

A descrição seguinte documenta a observação directa dos acontecimentos relevantes ocorridos no *Stand* da ERT Alentejo (e Ribatejo), alocado à CMS, na BTL. Tem um propósito estatístico e histórico.

A BTL 2018 decorreu entre 28 de Fevereiro a 4 de Março na FIL, ocupando os seus 4 Pavilhões no Parque das Nações, Lisboa (FIL, 2018). Teve uma duração total de 50 horas repartidas entre 26 horas para profissionais e 24 horas acessível ao público em geral. Composta por 1000 expositores, recebeu 77000 visitantes durante os seus 5 dias, reporta a organização.

4.2.3.1. Caracterização do expositor CMS

Inserido no grande espaço da Entidade Regional de Turismo do Alentejo (e Ribatejo), com o número 1, detendo 6 m², estiveram expostos nas prateleiras amostras do melhor que se produz em Santarém.

Os artigos seleccionados pela CMS para serem expostos, consistiram em vinhos, gin, cerveja artesanal, enchidos de porco, doces artesanais, artesanato e publicações sobre Santarém.

Durante os cinco dias do evento, diariamente foi convidado um produtor do concelho para estar no *stand* a promover o seu negócio, consistindo numa estratégia de *marketing* do que melhor se faz na região.

Quarta-feira, das 16h às 17h, no Bar da Entidade Regional de Turismo, o *Chef* Rodrigo Castelo, proprietário do restaurante Taberna Ó Balcão, foi convidado e apresentou um pouco da gastronomia de excelência ribatejana. Também foi convidada a Adega Cooperativa de Alcanhões para estar presente, mas ninguém compareceu.

No mesmo dia, mas somente no *Stand*, a Pastelaria Bijou foi outro dos produtores que apresentou a doçaria típica de Santarém, os Pampilhos e Arrepiados, tendo consistido o

interesse da procura, a distribuição dos doces em Lisboa e os contactos para a aquisição em Santarém.

Na quinta-feira, marcou presença o *Gin Gotik*TM produzido em Santarém, que faz a sua distinção em relação aos concorrentes no mercado de Gin, pela novidade de ser feito com extracto de abóbora. Foi um sucesso na atractividade do público que transitava, tendo recebido críticas pela excelência. Resultou na captação de novos potenciais distribuidores nacionais e inclusive a exportação. Foram realizadas degustações e conquistados novos consumidores e admiradores, ao ponto de levarem as distintas garrafas vazias para colecção. Indiscutivelmente, os promotores desta marca promovem uma estratégia com sucesso.

Na sexta-feira, esteve presente a Quinta da Torre com os doces artesanais. Foi uma situação nova para os produtores porque o objectivo era promover sem realizar vendas. Captaram o interesse de potenciais novos distribuidores e indicaram aos que degustaram, os pontos de distribuição a retalho onde os seus produtos poderiam ser adquiridos.

No sábado, foi convidado a estar presente o produtor de cerveja Artesanal CatedralTM, proprietário do Bar Ponto G, localizado no centro histórico de Santarém. Esteve presente a meio do dia, distribuiu algumas brochuras e proporcionou alguns momentos de degustação aos potenciais consumidores e apreciadores de cerveja que se aproximaram do balcão;

Para o domingo estava agendado a promoção dos Queijinhos da Quinta que não compareceram. Em sua substituição, os Produtores do *Gin Gotik*TM estiveram presentes captando ainda mais a atenção do público.

A convite surpresa da CMS no intuito de ter presente uma empresa de Animação Turística local, convidou a *Seven Domains* a estar também presente. De forma a separar as competências, a sua representação fez-se com um pequeno expositor composto por setas direccionais, contendo palavras chave e disponibilizando numa prateleira, brochuras sobre o que fazer na região. Desta forma ocorreu uma separação de representatividade, por me encontrar ao serviço do Município, promovendo o destino.

4.2.3.2. Avaliação das estratégias de *marketing*

Aplicando o método de observação directa, os melhores resultados em termos do *marketing* consistiram na realização da degustação ínfima, acompanhada de uma pequena brochura com os contactos do produtor.

O produto não estava no balcão evitando o consumo indiscriminado sem benefícios para o produtor. A eficácia da experiência em provar e sentir foi concretizada sem um grande custo com o oferecimento do produto. As brochuras só foram colectadas pelos que revelaram estar interessados.

A estratégia de comunicação com maior sucesso foi o *Gin Gotik™*, que se deveu ao empenho dos seus representantes como o tipo de produto que comercializam que captou a curiosidade do público.

Em oposição, o produtor da cerveja artesanal teve naquele dia 11 horas para poder promover os seus produtos, mas só esteve presente por algumas horas a meio do dia.

4.2.3.3. Sobre a procura turística ao balcão

O Certame teve uma duração total 50 horas, 26 horas para profissionais e 24 horas abertas ao público, que obtiveram os seguintes resultados em termos promocionais (Figura 15):

- Ao balcão foram solicitados 106 pedidos de informações com uma média de um pedido a cada 28';
- 39 pedidos foram sobre percursos pedestres, sem informação disponível; 64 foram solicitações sobre o que visitar em Santarém, tendo-se destacado o Museu Diocesano, o Mercado Municipal, a Igreja de Santo Estevão, a Igreja da Graça e o Convento de S. Francisco;
- 2 requisitaram informações sobre Pernes e o Mouchão para visita; 1 solicitou informações sobre o Castelo de Alcanede para a realização de eventos.
- 8 pessoas inquiriram por brindes que não estavam disponíveis.

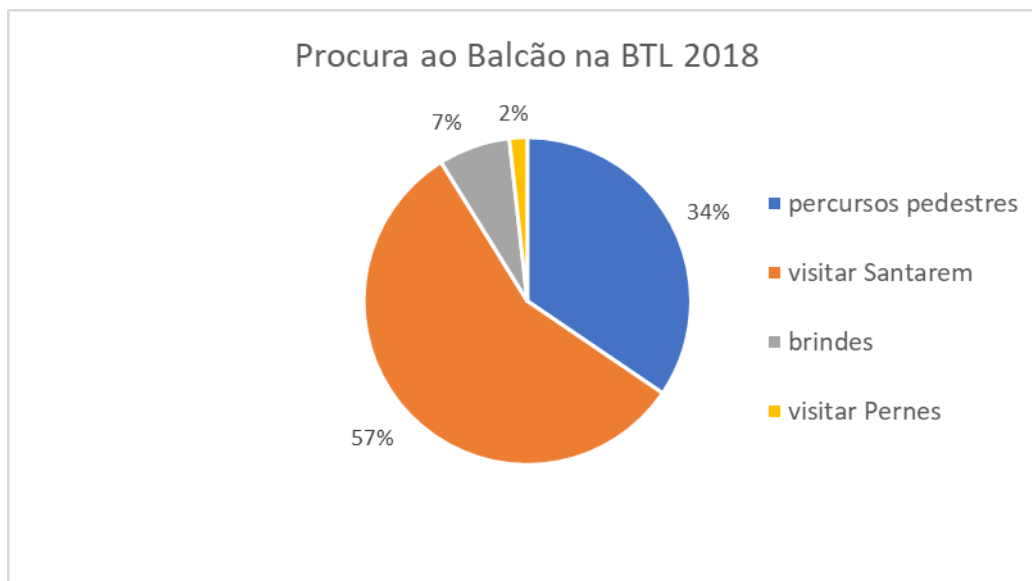


Figura 15 – Procura ao balcão da CMS durante a BTL 2018

Sobre a eficácia da comunicação, as brochuras foram colectadas somente pelos interessados, não houve distribuição avulso, o que evitou a sua perda, tendo sido confirmado por observação directa, a ausência de papéis no chão ou nos caixotes do lixo nas imediações. Em termos do investimento realizado pela CMS e pelos agentes que tinham materiais presentes, podemos afirmar que o rácio do custo investido em conteúdos promocionais em relação à sua penetração, não teve desperdícios visíveis, sendo um sucesso.

Um grande sucesso foram as latas de informação turística que esgotaram 16 horas antes do término da Feira (sábado às 15 horas). Foram alocadas uma quantidade de aproximadamente 1000Un. Muitas pessoas reportaram a ideia de promoção turística ser muito original, indicando ser esse o motivo de levarem.

O número de mapas turísticos disponíveis em 4 línguas (português, castelhano, inglês e francês), foram de 400 unidades tendo sobrado somente 12 unidades em francês. Em simultâneo, os visitantes levaram outras brochuras (Museu Diocesano, *Urbi Scalabis*, Igreja de Santo Estevão, esgotaram enquanto que outras brochuras sobraram menos de duas dezenas de unidades no final do certame).

4.2.3.4. Análise estatística sobre a procura e oferta no stand

Durante os primeiros três dias dedicados aos profissionais, o de maior afluência foi a quarta-feira. No fim de semana, que esteve aberto ao público em geral, o sábado foi onde houve o mais elevado trânsito de pessoas.

O expositor de Santarém foi consultado para obtenção de informações por 0.14% dos visitantes (77 000 visitantes, segundo FIL, 2018). A procura de brochuras, mapas (388) e latas de informação turística (1000), foram distribuídos a 1.8% dos visitantes do Certame.

Em termos de notáveis e figuras públicas, dirigiram-se ao Balcão Teresa Guilherme, apresentadora de Televisão, a quem foi narrado a história do Santíssimo Milagre em Santarém. Uma Jornalista do Diário Económico realizou uma reportagem sobre os Doces da Quinta da Torre e colectou fotografias. Um empreendedor que realiza um Festival de Jazz, que pretende expandir para todo o país o seu evento, fez o contacto no intuito da sua realização também em Santarém. Uma Associação que realiza eventos de recriação de Época, como a Romana, Idade Média, Guerra peninsular e Invasões Napoleónicas, contactou para o possível uso do Castelo de Alcanede ou outro espaço que fosse recomendado para eventos.

4.2.4. Contacto com os turistas no Posto de Turismo

No âmbito das tarefas atribuídas durante o estágio, durante um fim-de-semana estive presente no Posto de Turismo, que se encontra aberto ao público todos os dias (durante a semana das 10h00 às 14h00 e das 15h00 às 19h00 e aos fins-de-semana e feriados das 09h00 às 13h00 e das 14h00 às 18h00), onde realizei o atendimento a turistas, maioritariamente Peregrinos Nacionais e Estrangeiros (Alemanha, Espanha, França, Estónia), do Caminho de Fátima e de Santiago que passaram para obter informações.

Também os residentes da cidade procuraram informações sobre festividades ou reportando um acontecimento para ser comunicado à CMS.

As visitas recebidas, foram registadas numa ficha sobre o que procuravam, a proveniência, número de pessoas e se ficaram esclarecidas. É um processo estatístico interno da CMS quantitativo e qualitativo. Sobre estes procedimentos e horários, considero serem bem estruturados e adequados e nada mais há a acrescentar.

4.2.5. Identificação de novos recursos turísticos

Uma das lacunas no território do Município é a criação de pequenas rotas locais. Nesse sentido, realizou-se com um residente de Vale Figueira, o levantamento de um percurso pedestre localmente realizado aquando das festividades da aldeia ou pelo núcleo de escuteiros locais.

O percurso consiste numa rota circular com uma extensão de 11 km, saindo de Vale Figueira em direção à foz do Rio Alviela, no Rio Tejo. O retorno é feito pelo antigo Caminho Real, coincidindo numa parte do trajecto com o CS (Figura 16).

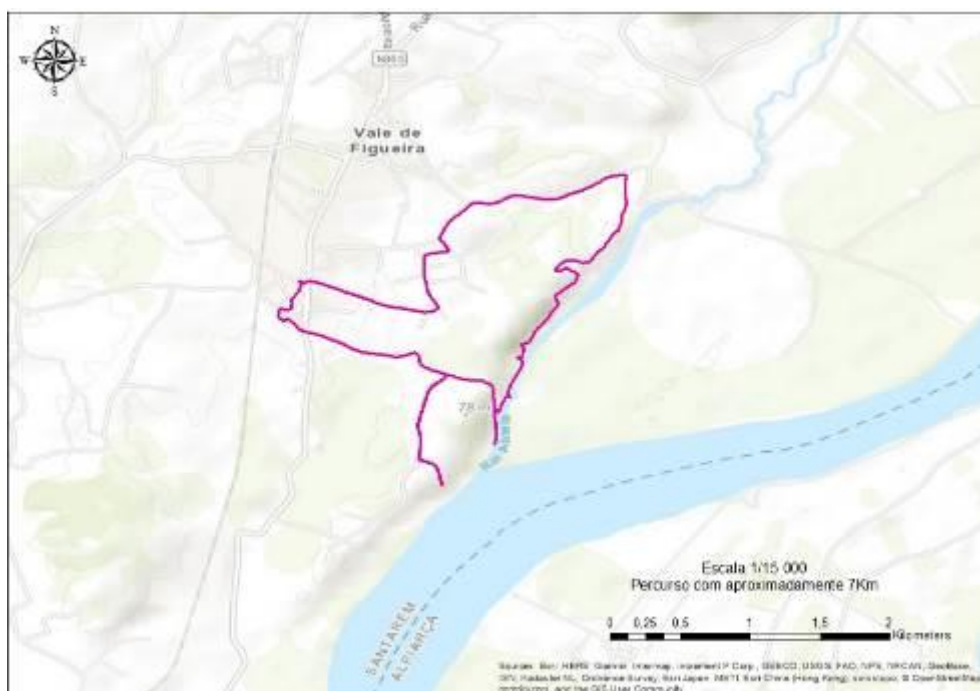


Figura 16 – Percurso pedestre em Vale Figueira
Fonte cartográfica: ArcGIS (2018)

Igualmente, realizou-se em Casével o levantamento de outra Pequena Rota de 7 km, num percurso circular com partida e chegada ao centro da Comenda, onde foram identificados diversos elementos patrimoniais históricos relacionados com a presença da Ordem dos Pobres Cavaleiros do Templo, mais vulgarmente conhecidos como Templários (Figura 17).

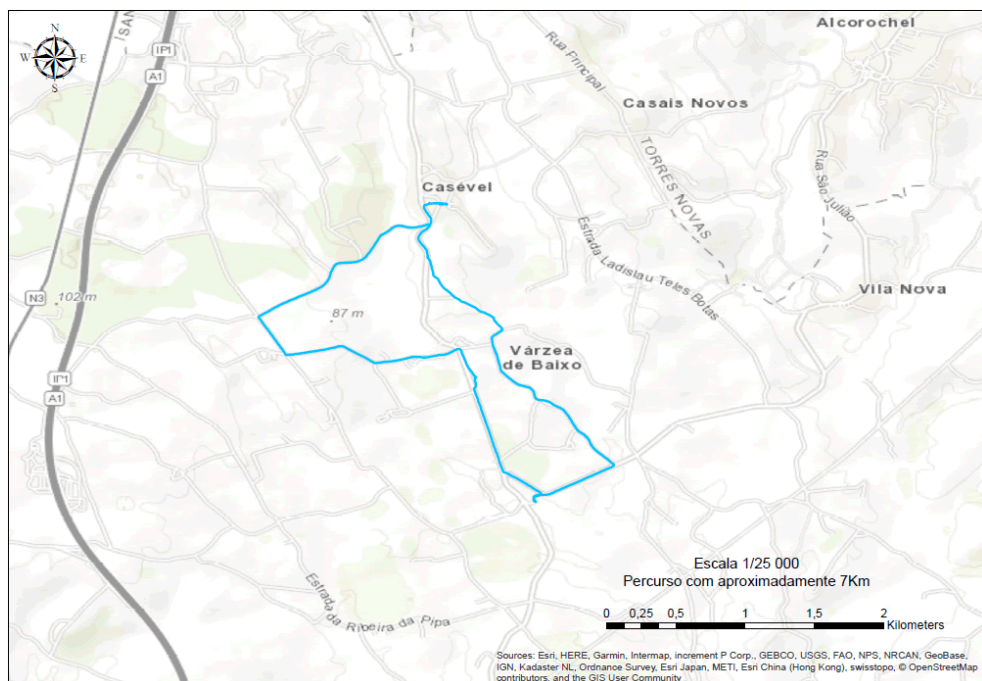


Figura 17 – Percurso pedestre em Casével
 Fonte cartográfica: ArcGIS (2018)

Capítulo 5 – Produção de resultados

A apresentação dos factos que se seguem, são resultantes de processos de observação directa, quantificação de resultados durante os processos laborais, como a obtenção de dados através de entrevistas abertas de natureza exploratória, onde os participantes reportaram livremente as suas considerações e respetivas fundamentações aos pareceres que emitiram. Assim, foram entrevistados Luís Moutinho (supervisor de estágio, em Dezembro de 2017), Celso Pereira (Vice Presidente do Clube de Canoagem Scalabitano da Ribeira de Santarém, em 2018), Paulo Campo (Vice Presidente da NERSANT, em Março de 2018) e Vânia Rafael (assessora do Presidente da CMS, em Fevereiro de 2018). No anexo G encontram-se as questões efectuadas no âmbito do inquérito por entrevista exploratória.

5.1. Recomendações que não foram implementadas

As seguintes três propostas foram apresentadas desde o início do Estágio e visam directamente promover o destino turístico de Santarém, Cidade e Município. Por factores explícitos de falta de disponibilidade temporal e outros factores não apurados, não se procedeu à sua realização.

5.1.1. Adicionamento ao *Google Maps* do Posto de Turismo de Santarém

Detectei durante a minha análise inicial à presença *online* da CMS, que uma das ferramentas muito usadas pelos utentes é a procura da localização dos recursos através da Internet, e o Posto de Turismo da CMS não estava registado no *Google Maps* (Figura 18). Esta ocorrência ainda não foi implementada (GOOGLE MAPS, 2017).

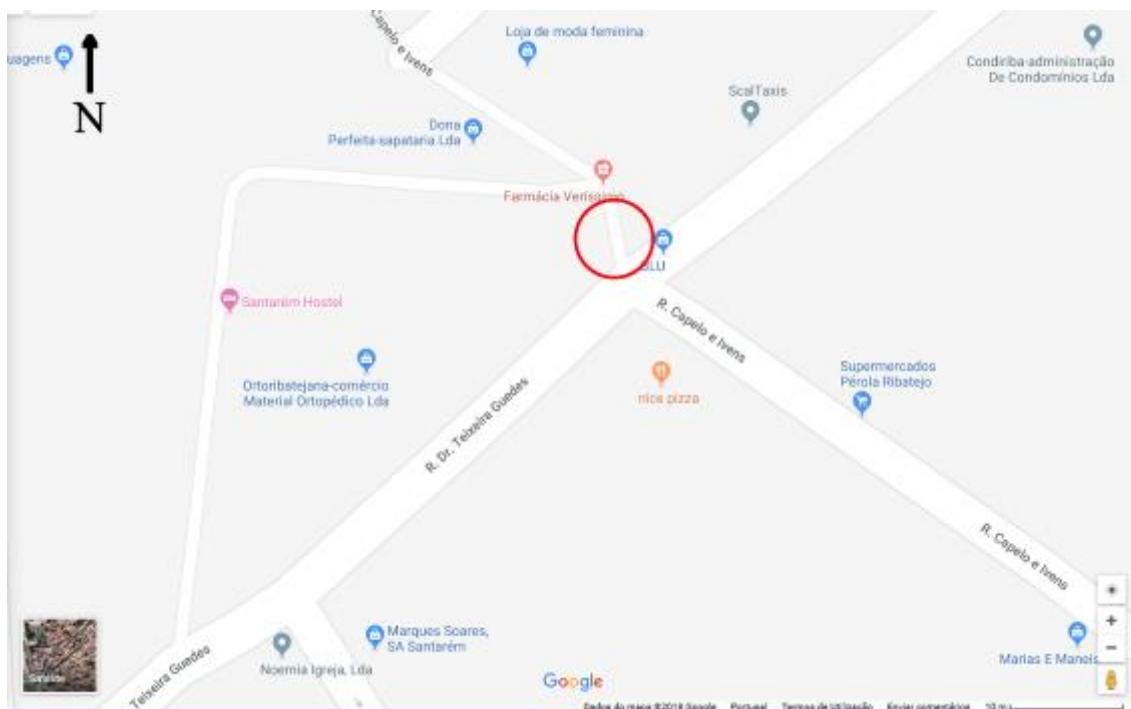


Figura 18 – Ausência de identificação do Posto de Turismo da CMS no Google Maps

Fonte cartográfica: Google Maps (escala 1/1600)

5.1.2. *Networking*

Para o desenvolvimento económico ocorre a necessidade em promover a articulação e comunicação entre os agentes privados e estatais, coordenados por uma entidade de gestão, adotando o modelo de governança. Verificou-se que existe uma lacuna no tecido corporativo do Município, caracterizada pela ausência regular de comunicação.

Desde o primeiro momento que foi sugerido à responsável hierárquica Conceição Prino, a necessidade de ser realizado uma reunião com todos os *stakeholders* directamente envolvidos com o Turismo no Município, com o objectivo de se promover as relações interpessoais e o desenvolvimento da cooperação em rede.

Esta necessidade ocorreu previamente ao período de Estágio, após um evento realizado em 28/9/2017 pela NERSANT no seu núcleo de Torres Novas, onde foram convidados os empresários do sector da restauração, alojamento e animação turística do Distrito de Santarém, para se debater o sector do Turismo na região. A necessidade surgiu devido à falta de tempo para conhecer os intervenientes, agravado de que cada sector ficou concentrado em salas para debate separados, isto é, a concorrência esteve toda concentrada numa sala sem conhecer os potenciais parceiros de negócio dos outros sectores de actividade, e promover o *networking*.

Fui encarregado pela responsável hierárquica Conceição Prino, em abordar individualmente os membros da equipa do turismo CMS, de forma a determinar:

- Se esta acção deveria ser de um dia inteiro ou de meio dia.
- E se a mesma deveria contar com os agentes do Município ou também incluir outros Municípios.

As conclusões foram ao encontro da minha proposta pessoal, de ser meio dia sem incluir almoços, realizável no período depois das 16h (quando a restauração não tem horas produtivas), a decorrer com o apoio da CMS e englobar no máximo os agentes relacionados com o sector do Turismo do Município e Concelhos que tem fronteira administrativa.

Há a acrescentar que durante a reunião promovida pela CIMLT para apresentar publicamente o Projecto da futura Grande Rota do Tejo, supracitada a 30/1/2018, na sala, os *stakeholders* espontaneamente solicitaram a realização de uma reunião com este enquadramento, com o propósito de se conhecerem e trocarem impressões, trabalhando o *networking*, exactamente o que em meados de Dezembro, um mês antes, propus ao Serviço de Cultura e Turismo da CMS.

Com as alterações hierárquicas e a necessidade de organizar a presença na BTL 2018, este evento não foi marcado e não se veio a realizar. Com o aproximar da Páscoa e da época alta, e definindo o mês de Abril como limite para acontecer este evento, a oportunidade perdeu-se, pelo que só para o final do ano, a actividade turística diminuirá e ocorrerá mais disponibilidade por parte dos agentes, para eventualmente se realizar este evento adiado.

5.1.3. Informação SIG do CS

A CMS já disponibiliza no seu *site* o percurso do Caminho de Fátima, que atravessa o município, acompanhado de fotografias e orientações para os utentes.

O CS já teve o levantamento do percurso efectuado em 2016, com recurso a aparelho GPS e fotografias dos pontos de passagem colectados (ocorreu durante o período de Estágio da Licenciatura em Gestão do Lazer e Animação Turística). Desde essa data que inúmeros contactos foram realizados com o Técnico Superior de Turismo Luís Moutinho, no sentido de tentar colocar o trajecto *online* no *site* da CMS, acção essa dependente do Departamento de Informática deste organismo, que nunca se materializou.

Este trabalho de adicionar informaticamente o CS em aplicação SIG ao *site* sempre foi apresentado como voluntário, *pro bono*, sem encargos para o Município. Durante o período em análise, efectuaram-se vários contactos com a arquitecta Catarina Pires (porque o Mestre Luís Moutinho encontrava-se ausente e a mesma tomou a coordenação do trabalho sobre a ficha do CS com anuência da responsável hierárquica Conceição Prino), mas sem sucesso. Este assunto será, posteriormente, avaliado sobre as possíveis questões que impediram a materialização desta ferramenta e recurso turístico.

5.2. Reunião para a criação da Grande Rota do Tejo

5.2.1. Criação de uma sinalética original no trajecto do CS

O projecto da Grande Rota do Tejo irá coincidir a norte da Cidade com o CS. No seu âmbito foi apresentado pela Departamento Técnico de Gestão Territorial (DTGT) da CMS a intenção de criar novos marcos materializados em pequenos muros de alvenaria para incorporarem a sinalética do Caminho, cujo *design* original seria aproveitado também pela CIMLT para colocar a sua informação, reduzindo assim os custos. Trata-se de um trapézio assimétrico (Figura 19), a colocar ao longo dos 25,9 km que compõe o percurso (informação extraída do ficheiro de GPS produzido durante os trabalhos de 2016).



Figura 19 – Forma dos muros que constituirão a nova sinalética do CS

Fonte: DTGT da CMS (2018)

A funcionalidade do mesmo é passível de discussão, mas o elevado investimento em implementar no terreno esta solução, comparando com a sinalética empregue no CS a nível nacional e internacional (composta por marcos, pinturas sobre suportes já existentes ou mesmo pequenos azulejos alusivos à rota), é questionável.

É um facto que se ignorou a realidade deste Percurso e outros recursos turísticos similares ao apresentar esta nova sinalética a ser implementada (para comparação, ver figura 20 e anexos H e I).

A recomendação efectuada neste ponto é que se deve realizar uma melhor observação da gestão de um bem escasso que é o emprego dos dinheiros públicos, resultado dos impostos que todos os cidadãos são obrigados cumprir.



Figura 20 – Marco do início do CS em Pombalinho (Golegã)

5.2.2. Colocação de um posto para *Birdwatching* na foz do Rio Alviela.

Um dos aspetos debatidos, foi a criação de um trajecto que leve os utentes de Vale Figueira à Foz do Rio Alviela. É intenção da DTGT colocar um posto de observação de aves sobre a forma de uma torre na foz. A representante da CIMLT e o signatário deste relatório, ao inquirirem sobre o valor da estrutura, a sua forma e dimensões, evitou uma resposta directa. Somente obteve-se o argumento abstracto que é barato.

Argumentei haver soluções com materiais mais económicos e duradouros como o ferro ao que obtive como resposta *somos muito ecológicos*. Mas ecologia tem custos, porque uma torre em plástico reciclado é dispendiosa comparando com outros materiais. Afirmando-o como empresário, por já ter contactado e solicitado orçamentos às duas grandes produtoras nacionais de sinalética em materiais reciclados FLOEMA (www.floema.pt), e a EXTRUPLÁS (www.extruplas.com).

Argumentei que nos produtos à base de madeira, que a TOSCCA (www.toscca.com), tem soluções baratas ao que obtive como resposta que trabalham com a CARMO (www.carmo.com). Saliento ainda que há mais fabricantes no mercado nacional, isto é, o discurso apresentou-se como decisões tomadas e irrevogáveis.

Para reforçar a minha recomendação, cito um caso que surgiu durante o debate da reunião. Foi uma decisão tomada pelo mesmo departamento DTGT da CMS, dois anos antes, a Ponte sobre o Rio Alviela no Mouchão, em Pernes. Os locais criticam negativamente o grande arco que dificulta quem ali passa devido à elevada inclinação e o elevado risco de escorregarem. Avaliando esta estrutura, não respeita as Normas de Acessibilidade (INR, 2018:103): *Com efeito, as rampas devem ter a menor inclinação possível e satisfazer uma das seguintes situações ou valores interpolados dos indicados:*

- 1) *Ter uma inclinação não superior a 6 %, vencer um desnível não superior a 0,6 m e ter uma projecção horizontal não superior a 10 m;*
- 2) *Ter uma inclinação não superior a 8 %, vencer um desnível não superior a 0,4 m e ter uma projecção horizontal não superior a 5m.*

Quanto ao critério do acesso de veículos à ilha (Mouchão), que era necessário ser cumprido pela estrutura que fosse escolhida, só alguns automóveis se encontram aptos a atravessar esta ponte curva sem embater frontalmente no solo devido à curvatura elevada. A estrutura é composta por ferro e plástico reciclado, refletindo o muito ecológico antes citado, mas o piso é desprovido de aderência (Figura 21).

Acresce que se a escolha da curvatura da estrutura se deveu a um eventual critério de navegabilidade do rio, encontramos outra situação sem real enquadramento em função que nenhuma embarcação ali navegará devido à proximidade da queda de água de 14 metros.

Posto estes factos e perante as intransigências argumentadas na reunião, a probabilidade da implementação de mais estruturas disfuncionais, que não consideram as necessidades da procura, apresenta-se como muito elevada, para continuado prejuízo do território.



Figura 21 – Ponte sobre o rio Alviela em Pernes

Na minha opinião, com o dinheiro dos contribuintes fazem-se muitas coisas que os privados nunca irão despende ou investir, e acrescento que se o mesmo Projeto tivesse sido avaliado pelo Departamento de Urbanismo da CMS, teriam sido observados os ângulos elevados, aderência do piso e os acessos. Desconheço o valor das estruturas mencionadas, mas estou convicto que a sua escolha não teve em conta os pareceres dos *stakeholders*, que reportaram os problemas anteriormente descritos.

5.2.3. Pontos de repouso ao longo do percurso

Uma recomendação que apresentei, a partir do conhecimento que detenho do percurso, é que sejam criadas pequenas zonas cobertas que permitam ao peregrino repousar ou abrigar-se das condições climáticas extremas que podem tornar o percurso penoso e até mesmo colocar em causa a sua segurança, ao longo de uma paisagem composta por uma vasta planície ladeada de culturas intensivas e ausência de árvores.

5.2.4. Criação de novos percursos

Durante o processo produtivo desta reunião foquei a necessidade de haver pessoas com formação específica em Turismo.

Tomei conhecimento sobre intenções de criar novos percursos na Cidade e arredores, desconheço onde e como, mas como irei adiante continuar a avaliar a qualidade das soluções propostas e os conhecimentos que terão os seus autores, recomendo muita prudência ao Município de Santarém, porque erros actuais poderão ser dispêndios correctivos vindouros. A questão da Gestão do Risco deve ser acautelada, que no caso da Ponte do Mouchão não foi, que se traduz num elevado investimento num recurso que comporta graves riscos em potenciais acidentes, devido a ter um piso de plástico sem aderência e uma acessibilidade reduzida, o que transposto para um percurso pedestre, pode significar a incapacidade dos meios de socorro ocorrerem ao local, e o mesmo ser propício a acidentes frequentes por não se ter avaliado:

- Acessibilidades;
- Factores de risco como a natureza do piso, dimensão das vias, estabilidade dos solos, capacidade de acesso e tempo necessário para prestar auxílio e evacuar feridos, etc.;
- Aptidão dos consumidores para o seu consumo;
- Épocas adequadas para percorrer as vias e respetiva caracterização MIDE (MONTANA SEGURA, 2018).

A necessidade de formação nas manifestações do fenómeno turístico é crucial. A exemplo, a arquitetura observa a utilidade e usufruto dos espaços, mas ignora muitos outros aspetos que o comportamento humano adquire perante o consumo dos produtos turísticos de carácter único, isto é, cada caso é um caso individual a ser estudado (em vez de se ter uma noção sobre um nicho de mercado e generalizar uma solução universal que não se adequa à restante procura).

5.3. Identificação e caracterização do Percorso CS

Retomando o ponto 5.2.1, após a conclusão dos trabalhos sobre a compilação de dados para a ficha, tomei conhecimento pelo Técnico Superior de Turismo Luís Moutinho,

que o Executivo decidiu alterar o Percurso do CS para incluir outros dois recursos turísticos.

O seguinte mapa (Figura 22) apresenta o ponto de chegada tradicional dos peregrinos à cidade e, posteriormente, de partida, em frente ao Centro Comercial *Zippy W Shopping*. Costumam chegar ao final de um dia de jornada, que será retomada na madrugada seguinte, por volta das 5 ou 6 horas da manhã, a caminhada até à próxima etapa para Nordeste. Foi a partir deste local, onde igualmente os autocarros deixam grupos de turistas para irem visitar o centro histórico, que se efectuaram as seguintes medições com recurso a um aparelho GPS.



Figura 22 – Percurso original do CS em Santarém

Fonte cartográfica: ArcGIS

Do ponto de partida até à Torre das Cabaças, a medição reportou distarem 496 m (Figura 23), num plano relativamente horizontal sem desníveis súbitos para o caminhante, variando entre 5 a 6 metros ao longo deste trajecto. Este troço é parte do CS contemporâneo.

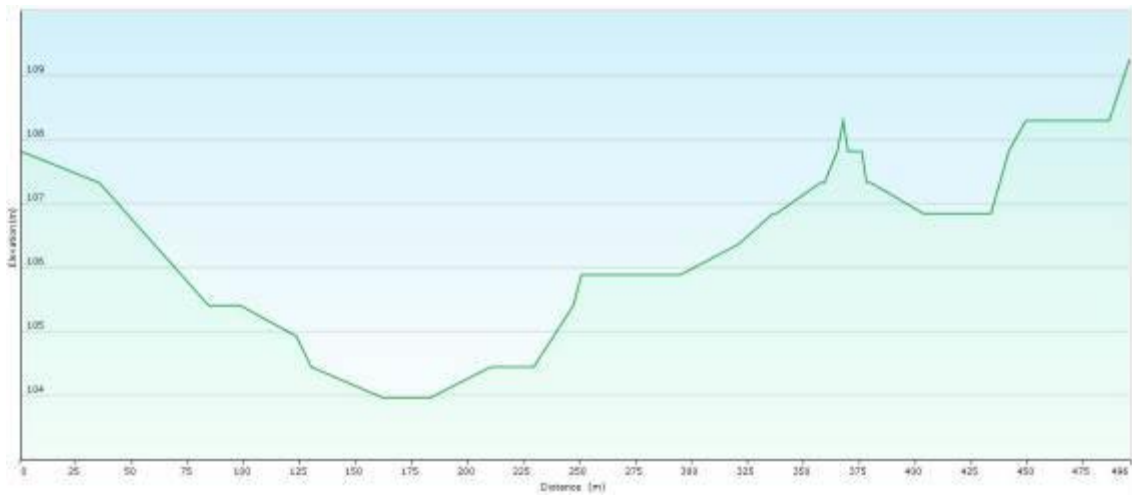


Figura 23 – Perfil topográfico do CS original em Santarém
 Fonte cartográfica: Garmin

O mapa seguinte (Figura 24), apresenta a alteração introduzida pelo Executivo de forma a incluir a Igreja do Santo Estevão e a Igreja da Graça, que segundo a informação turística no *site* da CMS, tem como horário de abertura 9:15 e 10:00, o que significa que os peregrinos, provavelmente não as visitarão, uma vez que já se ausentaram da cidade há várias horas, passando por monumentos fechados, num percurso sinuoso que passa pelas escadinhas do Milagre, e sobe em sentido contrário ao trânsito pela rua Brancaamp Freire até ao Terreirinho das Flores. De assinalar que este novo trajecto na cidade (Figura 25), tem um total de 848 m, com um declive acentuado devido a um desnível de 20m.



Figura 24 – Alteração do CS que CMS pretende implementar
 Fonte cartográfica: ArcGIS



Figura 25 – Perfil topográfico do novo CS dentro da Cidade

Fonte cartográfica: Garmin

Avaliando o troço adicionado para que os peregrinos passem de madrugada por dois monumentos encerrados, é de 141% em relação ao anterior. São factores de risco:

- Uma acentuada descida em escada inclinada em calçada onde é elevado o potencial de escorregarem e ocorrer um acidente;
- Seguindo-se depois uma ingreme subida estreita, que também é via automobilística de sentido único e contrário, a descer em direcção aos transeuntes, com pouca visibilidade devido às curvas que compõe esta parte do trajecto.

Podemos afirmar que existe um enorme potencial para ocorrer fracturas e atropelamentos durante um período onde não se encontram transeuntes para prestar auxílio imediato.

Além de ser incompreensível numa Grande Rota Internacional, os peregrinos andarem às voltas, o que inevitavelmente vai contribuir para uma imagem negativa a longo prazo do Município, onde as suas orientações tenderão a ser ignoradas, recomenda-se a criação das necessárias pequenas rotas e percursos complementares pelo interior da Cidade. Esta rede consolidaria a oferta de um conjunto de alternativas destinadas à fruição do espaço urbano no centro histórico para todos os utentes.

KOTLER, 1999, afirma que no processo de escolha, deveremos dar ao utente o que deseja, e não aquilo que achamos que deve ser a sua realidade, limitando a oferta e ignorando a procura, acrescentando como identificado os factores de risco potenciadores de acidentes.

5.4. Recomendações sobre a presença na BTL 2018

Na BTL, a par da inexistente informação sobre percursos pedestres que foi solicitada ao balcão, também foi requisitada informação sobre as festas da cidade de Santarém. Os visitantes procuram o que fazer para lá da tradicional visita a monumentos; procuram turismo ativo e contacto com a natureza. A oferta de percursos pedestres no município de Santarém é constituída somente pela Pequena Rota STR1 Algar do Pena (FCMP, 2018), situada na extremidade norte do concelho.

O Presidente da Câmara Municipal de Santarém esteve presente no primeiro dia, acompanhado de outros membros do Executivo. Recomenda-se para futuras acções, estender o convite para visitar o certame, aos Presidentes das Juntas de Freguesia, o que reforçará as relações territoriais e promoverá o interesse pelo desenvolvimento turístico do território.

Santarém tem, como antes descrito, várias instituições de ensino com cursos no sector do Turismo, pelo que a sua envolvência estreitará relações de governança e desenvolvimento regional. Ao envolver outras partes, as sinergias permitirão a criação de novos recursos, surgirão novas estratégias promocionais e acções de animação turística sobre o território (que o expositor adjacente de Benavente, foi prolífero em acções de animação ao longo dos cinco dias da Feira).

Este envolvimento será sempre uma aplicação prática dos conteúdos leccionados nos cursos, permitindo também aos alunos e formandos terem contacto com a realidade, e possivelmente captarem a atenção de potenciais empregadores e motivar o empreendedorismo. Sem comunicação não há articulação e foco para os resultados.

Falta um plano estratégico de desenvolvimento do Turismo no Concelho que agregue todas as partes num objectivo único, partilhado e assumido num bem que é de todos. Deve-se alterar o paradigma de inércia provocado pelas atitudes individualistas que vêm do passado.

Tenho a reportar que durante o período de Estágio, principalmente aquando da participação na BTL 2018, no contacto com os visitantes e os expositores, encontrei uma enorme motivação por parte das pessoas em querer acreditar nas potencialidades do território, mas as mesmas pretendem ter mais exemplos que lhes garantam a segurança nos investimentos a efectuar.

Sobre o *Stand*, e tendo em conta as dimensões do espaço disponível (6 m²), a quantidade de informação turística presente, acrescida de outras brochuras dos operadores, seria preciso o dobro da área. As alternativas seria haver expositores verticais para conter mais brochuras, ou reduzir a quantidade de conteúdos.

No entanto, para os próximos eventos, sugere-se o reforço da informação sobre a Igreja de Santo Estevão e o Museu Diocesano, bem como dos mapas da cidade (com edição noutras línguas). Uma aposta será o mercado Germânico e países de influência Russa, em função das estratégias do País para 2027 (TURISMO DE PORTUGAL, 2018b). Outras opções linguísticas serão o Mandarim, Flamengo, Italiano e Polaco. Mesmo que não ocorra a impressão, que estejam disponíveis em formato PDF no *site* da CMS.

5.5. Contacto com os turistas no Posto de Turismo

No âmbito dos contactos com os turistas no Posto de Turismo da CMS, foram solicitados postais que não existem. No entanto, o Museu Diocesano e a Fundação Casa Passos de Canavarro têm edições próprias que comercializam, pelo que fica a recomendação da criação de relações para a promoção e comercialização deste tipo de recordações no Posto de Turismo e, eventualmente, estarem presentes nos certames em função do espaço disponível.

Salutar é o esforço que a CMS realiza em ter um espaço para dar apoio aos visitantes aberto todos os dias, e sendo sobejamente reconhecido que a localização do Posto de Turismo é um ponto fraco, recomenda-se a mudança para outro local mais visível e acessível como a ocupação do devoluto edifício propriedade da Câmara que foi previamente uma cafetaria no Jardim da Liberdade. Este edifício encontra-se estrategicamente posicionado em frente à estação rodoviária, sobranceiro ao Seminário e próximo do Mercado Municipal com os seus magníficos azulejos. Este local é muito mais facilmente acessível que a estreita transversal Rua Capelo e Ivens onde se encontra o actual Posto e Equipa de Turismo.

5.6. Caracterização dos principais recursos turísticos procurados

A identificação dos locais de maior consumo turístico em Santarém foi estabelecida nos objectivos iniciais. Já foi descrita a importância dos recursos imateriais, como a relevância dos eventos gastronómicos para a cidade.

O centro histórico tem os seguintes polos de atractividade (MOUTINHO, 2017):

- Igreja da Graça e a Casa do Brasil atraindo principalmente turismo *inbound* proveniente do Brasil;
- A Igreja de Santo Estevão que capta fluxos internacionais provindos da Irlanda, Alemanha, Polónia, EUA e Canada, como mais distante, Coreia do Sul. A natureza deste turista é sair do autocarro junto ao Centro Comercial, onde existe espaço para efectuarem a paragem, dirigir-se à Igreja, e em pouco mais de meia-hora, retorna ao autocarro abandonando de seguida a cidade;
- Museu Diocesano, que dista da Igreja do Milagre 550 m, e que tem o valor de 4€ a entrada. Se estivesse nas imediações, poderia reter estes peregrinos.
- As distantes Portas do Sol e Porta de Santiago nas imediações, no extremo do centro histórico e dificilmente acessível por um veículo pesado de passageiros, contem vários recursos: O Templo Romano, a Fundação cultural Passos Canavarro, a Igreja de Santa Maria de Alcáçova e o Jardim com o seu miradouro orientado a Este das Portas do Sol. As condicionantes são o acesso e o estacionamento, que é pago.

Não foram incluídos outros recursos como o Palácio Landal, que tem pouca ou nenhuma informação no exterior que identifiquem o espaço, principalmente quando se encontra encerrado. O local de exposições neste edifício situa-se no primeiro andar.

O problema dos acessos à zona histórica é caracterizado por ruas estreitas variando a largura média entre os 2m e os 5m, que formam a malha urbana da parte histórica da cidade, acrescido da dispersão dos recursos, leva a que o tempo de permanência dos visitantes seja de poucas horas (no caso do Santo Milagre, em média meia hora). Uma solução é o incremento do que há a visitar. E tendo em consideração que a maior procura são nichos específicos, da mesma forma que foi criado o espaço cultural Casa do Brasil, ao lado da Igreja onde foi sepultado originalmente Pedro Álvares Cabral, a criação de um espaço extra para apresentar a história da hóstia miraculosa, levará ao

aumento da permanência dos turistas e se a estratégia a implementar permitir a divulgação de outros recursos, permitirá incrementar o tempo de estada dos visitantes.

Santarém precisa, igualmente, de maior divulgação junto dos Operadores Turísticos e Agências de Viagem, de forma a ali fazerem deslocar grupos, no entanto, a CMS já proporciona visitas ao centro histórico, normalmente com a duração de 3 horas, de forma gratuita, embora com obrigatoriedade de marcação. Não obstante, compete ao tecido empresarial desenvolver novos produtos.

Este destino é caracterizado por uma procura generalizada do turismo gastronómico e depois ocorrem nichos de mercado específicos: o cultural, no caso da Fundação Passos Canavarro e a Casa do Brasil, a par da Igreja da Graça, como o turismo religioso para visitar a Igreja de Santo Estevão e o Museu Diocesano.

Não citado até ao momento devido à sua sazonalidade, em que a oferta decorre de Junho a Setembro, é o Complexo Aquático de Santarém, situado no extremo Norte, na periferia mais externa da cidade, procurado por muitos visitantes do dia e turistas. A área circundante é composta por complexos habitacionais. Tal como o Centro de Exposições, que se situa a Sudoeste e também fora da cidade, ambos os recursos pela distância que se encontram ao centro histórico, pouco ou nada fomentam a sua visita, devido também à natureza distinta da procura (turismo ativo e MICE *versus* cultural).

5.7. Permanência dos Turistas

O Quadro 5 apresenta dados provenientes do INE referentes às dormidas e proveitos no Município de Santarém face à NUTS Alentejo (e Ribatejo) em 2016. Podemos observar que em relação ao total de hóspedes, o Município contribuiu com 3,14%, enquanto as dormidas constituíram 2,93% do total e os proveitos foram 2,26%.

Segundo a PORDATA (2018), em 2017 a NUTS II em análise ocupava um total de 31.605 km² e, segundo a CMS (2017), o concelho ocupa 559 km², o que se traduz em 1.76% da área. Sob esta perspetiva, o desempenho na captação de hóspedes em relação à área territorial dos restantes territórios que compõem a NUTS II, revela-se positivo.

Quadro 5 – Hóspedes, dormidas e proveitos de aposento em 2016

A ATIVIDADE ECONÓMICA		ECONOMIC ACTIVITY								Turismo Tourism			
HÓSPEDES, DORMIDAS E PROVEITOS DE APOSENTO NOS ESTABELECIMENTOS DE ALOJAMENTO TURÍSTICO POR MUNICÍPIO, 2016													
GUESTS, NIGHTS SPENT AND LODGING INCOME IN TOURISM ACCOMMODATION ESTABLISHMENTS BY MUNICIPALITY, 2016													
III.11.3	Hóspedes				Dormidas				Proveitos de aposento				
	Total	Hotelaria	Alojamento local	Turismo no espaço rural e Turismo de habitação	Total	Hotelaria	Alojamento local	Turismo no espaço rural e Turismo de habitação	Total	Hotelaria	Alojamento local	Turismo no espaço rural e Turismo de habitação	
	N.º				N.º				milhares de euros				
Portugal	21 252 625	17 951 826	2 631 703	669 096	59 122 640	51 395 098	6 274 375	1 453 167	2 264 556	2 036 641	170 040	57 875	
Continente	19 239 274	16 159 443	2 452 386	627 445	49 574 211	42 851 494	5 439 218	1 283 499	1 960 589	1 754 872	153 321	52 397	
Alentejo	1 169 785	839 035	150 831	179 919	2 134 313	1 519 476	261 456	353 381	80 018	56 813	7 053	16 153	
Alentejo Litoral	282 708	172 609	54 209	55 890	669 363	437 847	107 297	124 219	29 392	19 650	3 399	6 343	
Santarém	36 759	31 958	3 363	1 438	62 513	48 442	8 091	5 980	1 806	1 523	161	123	

Fonte: INE (2016)

Perante o cenário actual, dificilmente a oferta consegue reter os fluxos turísticos por mais que meio dia no interior da cidade. Acresce que as agências de viagem pretendem produtos de hora e meia a duas horas para os seus clientes (MOUTINHO, 2017). Esta condição é difícil de satisfazer devido à dispersão dos recursos e os mesmos se encontrarem em locais com acessos estreitos inviabilizando o acesso por um veículo longo de passageiros. São exemplos desta situação os seguintes recursos na parte histórica (Figura 26):

- A Sueste, os que circundam o Jardim e miradouro Porta do Sol (Igreja de Alcáçova, Templo Romano, Porta do Sol e de Santiago, Fundação Passos Canavarro);
- O eixo central, constituído pela Igreja de Santo Estevão (Milagre)/Biblioteca Municipal/Igreja da Graça e Casa do Brasil e ademais recursos nas proximidades.

Mais facilmente acessível por veículos longos, encontra-se a Norte da cidade, no limite da zona antiga, a Sé Catedral onde se encontramos instalado o Museu Diocesano, e nas imediações, existem outros recursos, como o Convento de S. Francisco, o Palácio Landal, a Pastelaria Bijou, o Posto de Turismo ou o Mercado Municipal.

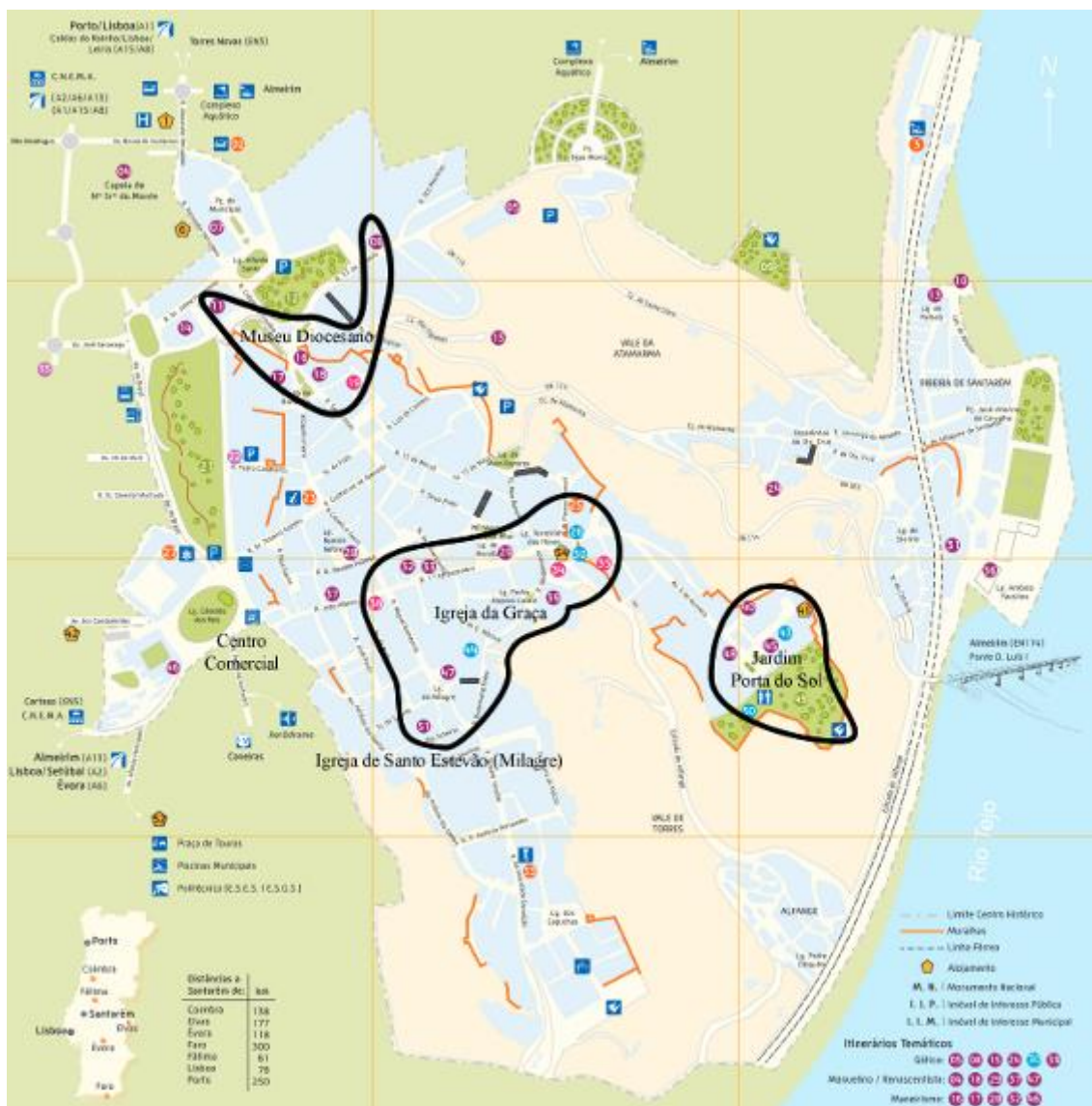


Figura 26 - Mapa Turístico actual distribuído pela CMS
 Fonte: Santarém Digital; Autoria: CMS

A fruição de um dia inteiro em Santarém pode ser alcançada de duas formas:

- Visitas a recursos nos arredores da cidade, como Adegas, Quintas, outros monumentos e inclusive o Rio Tejo e alguns recursos presentes na Ribeira de Santarém;
- Através da gastronomia e degustação de produtos locais, acções de representação de usos e costumes passados e outras formas de entreter.

Para aumentar o período de estada no Município, que detenha os visitantes por mais do que um dia, levando à pernoita dos visitantes, só nos arredores da cidade podemos encontrar recursos adicionais que componham uma oferta com mais produtos, trabalho esse ainda a ter que ser materializado, o que carece de investimento em tempo e

contactos, que serão encurtados se o *networking* for fomentado. Para esse efeito, deve ser materializado um plano estratégico para o desenvolvimento do Turismo no Município:

- Que permita a comunicação entre todos os interessados e potenciais novos empreendedores, realizando reuniões periódicas e tentando superar dificuldades;
- Contenha linhas orientadoras consensuais para onde se deve investir na dinamização e criação, e conseqüente promoção de novos recursos e produtos, no curto, médio e longo prazo;
- Defina estratégias de *marketing* alicerçadas na realidade da oferta do território.

5.8. Identificação de novos recursos turísticos

Reconhecendo as limitações orçamentais da CMS e o excelente trabalho que tem sido desenvolvido na promoção turística e contínua recuperação de edifícios, em que destaco a fachada do Convento de S. Francisco, foco a necessidade da conservação dos vestígios da ocupação militar do extinto Quartel de Cavalaria, onde a torre do sino é um excelente miradouro.

Nas imediações podem ser explorados os recursos seguintes: o Palácio dos Meneses, onde se encontra sediada a CMS, e mais distante, a quase desconhecida Capela da Nossa Senhora do Monte, que tem um excelente miradouro orientado a Norte na colina onde se encontra situada. A esse propósito, Santarém tal como Lisboa, Roma ou S. Francisco, é uma cidade de 7 colinas.

Importa ainda citar o extinto presídio de Santarém (Figura 27), que se encontra sob a alçada da Direção Geral dos Serviços Prisionais e é um dos mais volumosos e imponentes edifícios da cidade, com a sua enorme cúpula que se distingue ao chegar a Santarém provindo da autoestrada A1. O edifício está a degradar-se devido à acção de erosão dos elementos. Classificado como IIP - Imóvel de Interesse Público pelo Estado Português (DGPC, 2018), ocupa aproximadamente um hectare, contendo uma área desportiva para a prática de futebol e ténis. Ocasionalmente este recurso é arrendado pela entidade tutelar para a realização de filmagens. Ao não se encontrar sob a alçada da CMS, não está disponível para nenhuma outra função.



Figura 27 – Interior do Presídio desactivado

Quanto aos percursos pedestres no Concelho, encontrei por parte do Executivo da Junta de Freguesia de Pernes e a União de Juntas de Freguesia de Casével e Vaqueiros o interesse em materializar um percurso em cada uma destas Freguesias. Os levantamentos por aparelho GPS foram realizados. Fui informado sobre a intenção de ser registada uma Pequena Rota que terá início na cidade de Santarém em direcção à Ribeira de Santarém a cargo de funcionários de outro departamento da CMS. Não obtive mais informação.

Ainda foi efectuado o levantamento com aparelho GPS da via onde se encontra subterrado o aqueduto subterrâneo proveniente da Barragem de Castelo de Bode para abastecer a cidade de Lisboa. Saindo a Norte de Santarém até ao Sobral, a 16 km, e depois em direcção a Pernes, por mais 5 km. Percorre-se uma paisagem caracterizada por bosques de carvalhos, campos de agricultura intensiva e olivais. Tem como principais factores de atractividade para lá do silêncio característico dos meios florestais, a segurança. Esta via seria por excelência a alternativa ao actual Caminho de Fátima, onde os peregrinos transitam por estradas principais com os perigos inerentes, constituídos por bermas estreitas e tráfego intenso.

Ainda foi explorado a continuação do percurso partindo de Pernes até aos Olhos de Água, no concelho de Alcanena, onde passa o Caminho de Fátima actual (Figura 28).

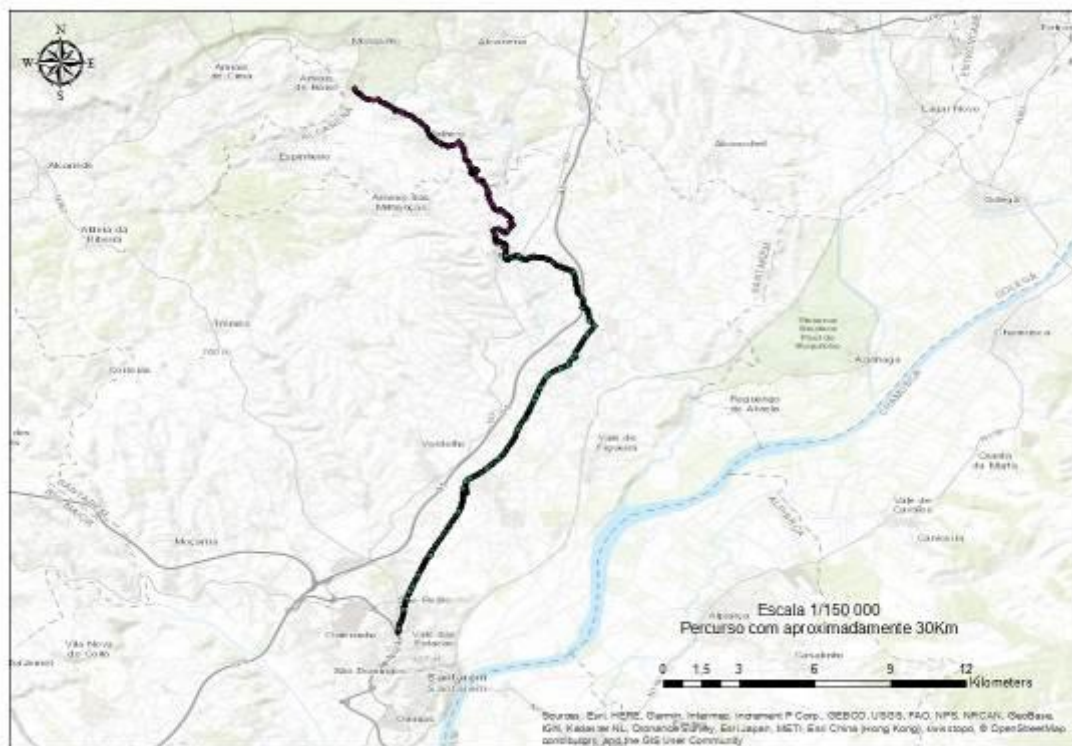


Figura 28 – Prospecção de percurso alternativo para os peregrinos de Fátima
 Fonte Cartográfica: ArcGIS

5.9. Outros pontos focados no desenvolvimento do Destino Turístico

5.9.1. Os acessos rodoviários limitados pelo estacionamento pago

Em diálogo com a coordenadora do Turismo, Lúcia Militão, acerca da conceção atribuída por um executivo anterior a uma empresa privada que veio a proceder a uma massiva instalação de parquímetros nas rodovias da cidade de Santarém, há a esclarecer que este método é normalmente empregue como ferramenta de redução do tráfego de turistas, porque são condicionadores do acesso aos recursos turísticos. Como a cidade não tem uma procura substancial, quando comparada com outros destinos concorrentes (MOUTINHO, 2017), deixou de haver um acesso gratuito ao centro histórico, o que é flagrantemente visível na quantidade de espaços comerciais fechados e edifícios em degradação. Assim, estamos perante mais um erro que expressa a falta de compreensão dos decisores sobre os mecanismos e motivações que formam o fenómeno turístico. E se citarmos Kotler (1999), sobre a natureza da oferta, sem comércio na zona histórica, a procura e consumo do produto parquímetro é cada vez mais reduzida e a sua viabilidade económica para a empresa é diminuta, isto é, investiu-se sem estudos de mercado e o

entendimento sobre o impacto das medidas a longo prazo. Na minha percepção, imitou-se somente o que se faz em outras localidades.

Recomenda-se a eliminação do estacionamento pago em alguns locais, convertendo-o em estacionamento para veículos de transporte de passageiros em visitas guiadas. Apurou-se por entrevista a Vânia Rafael que essa medida se encontra em estudo, mas trata-se de um contrato realizado por um Executivo anterior e se a empresa concessionária não concordar, não é possível realizar alterações ao estacionamento urbano nos anos vindouros.

5.9.2. Aplicação e o site da CMS

Após explorar os recursos de divulgação digitais da CMS, tomei a iniciativa no início do Estágio em sugerir à responsável hierárquica Conceição Prino do Serviço de Cultura e Turismo, o adição na aplicação móvel e *site* da CMS do separador O que Fazer, complementando as informações sobre Alojamento e Restauração já existentes. Foi efectuado, embora a forma como a informação é apresentada, surgindo como uma longa e pesada listagem, torna a sua eficácia em comunicar muito insatisfatória, atendendo ao que preconiza Kotler (1999).

É de vital importância para o apoio ao turista internacional que este encontre a informação de forma simplificada em outras línguas. Atendendo que os recursos humanos são escassos para este empreendimento, a recomendação não é a tradução de todo o site da Câmara, mas a criação de um subdomínio dedicado ao turismo em várias línguas como: <https://tourism.cm-santarem.pt/>.

5.9.3. O Rio Tejo

Relativamente ao rio Tejo, e derivado das informações prestadas pelo vice-presidente do Clube Náutico que existe na Ribeira de Santarém (PEREIRA, 2018), recomenda-se ao Executivo que desenvolva esforços no sentido de ser criado um cais, mesmo que o mesmo seja flutuante e removível durante o inverno. Este importantíssimo recurso irá fomentar as actividades náuticas, fazendo surgir novas oportunidades de negócio numa freguesia com muitos edifícios em avançado estado de degradação. Sem haver

oportunidades novas de negócio, não há interesse em investir na zona, agravando a integridade estrutural da malha urbana.

5.9.4. Comunicação do Programa *InSantarém*

Um exemplo de uma comunicação deficitária é o *InSantarém*, um programa cultural para a cidade durante a época alta (Figura 29). Durante o ano de 2017, na autoestrada A1, à saída de Lisboa em direção a norte, ao 9.8 km, antes de Alverca, esteve um cartaz a anunciar o programa (que é um conjunto de eventos), e podemos constatar que a natureza da mensagem não é perceptível. Do que se trata? Há um *site*? Um *email*? O que acontece?

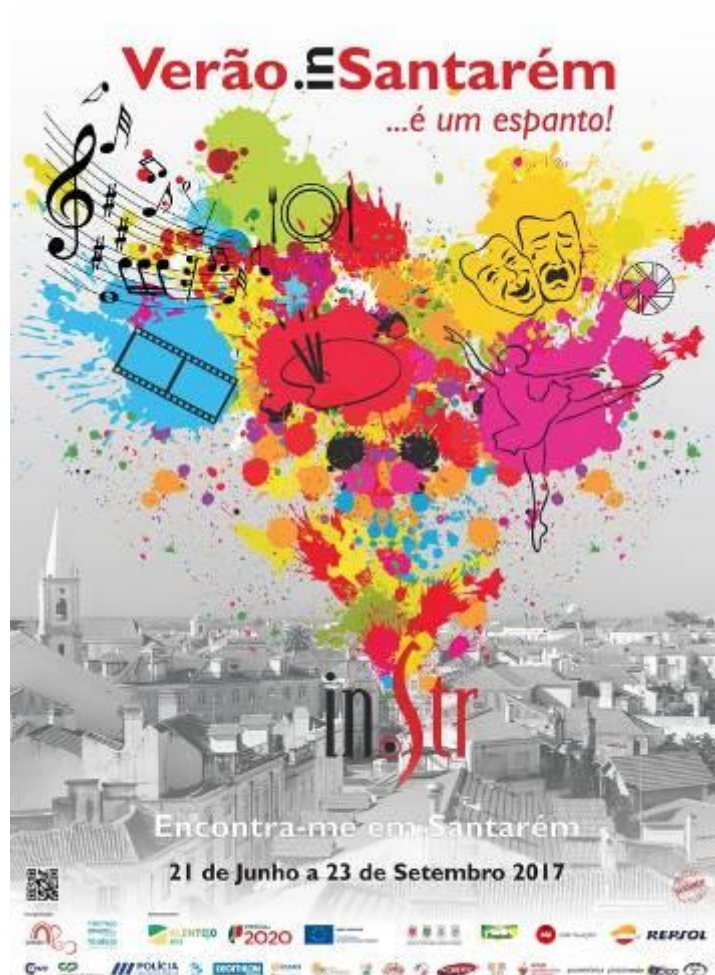


Figura 29 – Cartaz alusivo ao InSantarém 2017

Fonte: CMS

Mais uma vez, constata-se que o *marketing* não está a funcionar por deficiência da mensagem do que se quer transmitir e quem se quer alcançar.

O cartaz seguinte reporta ao *InSantarém* de 2018 (Figura 30). Já não se realizou o investimento em publicidade na autoestrada A1, mas a mancha gráfica é idêntica ao ano anterior e a informação presente na mensagem manteve-se inalterada, não dando resposta ao que se trata, por outras palavras, não tem em consideração as motivações que impulsionam a procura.

Uma fotografia teria tido mais eficácia em comunicar o imaginário que tarda em conquistar consumidores.



Figura 30 – Cartaz alusivo ao InSantarém 2018

Fonte: CMS

A legibilidade, as tonalidades escuras, são difíceis de ler. A mensagem, o processo de *marketing* é ineficaz. O programa cultural é indiscutivelmente muito bom, mas a sua divulgação através da publicidade acima apresentada, reitera-se, apresenta graves problemas de comunicação.

5.10. Experiências no território da Seven Domains

Detendo a posição de empresário com uma empresa local no Sector do Turismo, é importante efectuar também um registo sob a forma de entrevista aberta, sobre as experiências neste mercado desde a fundação da Sociedade em 2016.

E os resultados vão no sentido da ambiguidade em que encontramos pessoas com formação em turismo (que conhecem as actividades e as necessidades como as peculiaridades dos produtos e legislação conexas); e em oposição, funcionários que para lá de desconhecerem o que é o turismo, com a autoridade dos postos que ocupam, aplicam leis inadequadas, e que quando chamados à atenção, ignoram.

5.10.1. As Autarquias e os Parques Aventura.

A empresa decidiu criar um Parque Aventura na freguesia onde tem sede. Independente e em paralelo, realizou junto da Divisão de Urbanismo da CMS, um pedido de informação prévia sobre a viabilidade da criação de um Parque de Campismo e Caravanismo que não existe no Concelho a ser construído no mesmo espaço posteriormente.

Sobre os Parques Aventura onde ocorrem actividades temporárias de Animação Turística, ao consultar o Diário da República online (DRE, 2018), encontramos 149 ocorrências nos textos, maioritariamente, registos de lançamento de concursos públicos, mas não se encontra nenhuma lei que regulamente estes espaços, não tem figura legal.

E este é o ponto de partida de como foi esclarecido em consulta jurídica, para a realização de vícios de atos administrativos (AMARAL, 2016). São exemplo a “violação de lei”, que ocorre quando se deturpa ou se adequa uma legislação a matérias para a qual não foi concebida; e “incompetência”, que ocorre quando um organismo usurpa as competências de outro organismo soberano independente.

A arquitecta que avaliou o Pedido de Informação Prévio, considerou que as actividades de Animação Turística eram equipamentos desportivos e aplicou a Lei dos Recintos Desportivos. Embora avisada do erro, insistiu que o IPAC era a Entidade responsável e uma das empresas teria que obrigatoriamente supervisionar e pagar licenças anuais.

A solução perante a intransigência, foi enviar um *email* para o IPAC (com o conhecimento da arquitecta), o qual remeteu para o Turismo de Portugal correctamente a soberania e responsabilidade sobre as actividades turísticas.

Igualmente foi enviado um email a todas as empresas acreditadas com o conhecimento da mesma arquitecta, em que só uma deu resposta informando sucintamente que não eram creditados e não certificavam equipamentos de Animação Turística.

Não satisfeita, considerou que as actividades de animação turística e os seus equipamentos são recintos de espectáculos e aplicou a Lei dos Recintos de espectáculos, às actividades que se desenvolvem no mato, na água, no ar e no meio urbano. A seguinte excerto faz parte da resposta da candidatura ao Portugal 2020 que ilegalmente recusou o nosso projeto:

Com efeito, na sequência do contacto telefónico com a arquitecta Sofia Martins, autora da Informação Técnica elaborada pela Divisão de Planeamento e Urbanismo da Câmara Municipal de Santarém, resumidamente, desde logo se conclui o seguinte:

(...) o Dar nota ainda que a mesma informação técnica refere que, mesmo que o a criação do parque aventura fosse alvo de um projeto único, o mesmo estaria sujeito a licenciamento municipal, devendo ser definidos os equipamentos a utilizar, bem como dando cumprimento à legislação específica nessa matéria (artigo 3.º do Decreto –Lei n.º 309/2002).

E não fosse suficiente a violação de lei sobre a Animação Turística que tem a moldura legal do Turismo e não do Desporto, ainda fui informado pela mesma arquitecta que levou o caso a ser debatido em reunião da CIMLT e foi colocado em acta que todos os Municípios vão tratar os Parque Aventura como um “recinto de diversão”, sendo aplicados taxas camarárias anuais e outras condicionantes próprias da legislação específica destes recintos, que são as feiras com carrosséis, montanhas russas, aquaparkes, etc. (Decreto-Lei n.º 268/2009), isto é, equipamentos mecanizados em oposição às actividades temporárias de Animação Turística regulamentadas pelo Turismo.

Como antes frisei, o vício do acto administrativo “violação de lei” consiste na aplicação de uma lei a fins para a qual não foi concebida, ao que também se entenda que uma autarquia é um Órgão soberano que pode criar legislação local, desde que não seja contrária às Leis Nacionais ou emitidas por órgãos de soberania hierarquicamente superiores.

O Instituto Nacional de Estatística que se encontra na tutela da Presidência do Conselho de Ministros do Ministro da Presidência e dos Assuntos Parlamentares, isto é, hierarquicamente é um organismo superior às Autarquias, pelo que a Lei que os Municípios produzam não pode ser contrária aos decretos leis em vigor.

Consultando os códigos CAE encontramos cito (INE, 2018, 265):

9321 ACTIVIDADES DOS PARQUES DE DIVERSÃO E TEMÁTICOS

93210

Compreende as actividades dos parques de atracção e de feiras populares, constituídos por diversões mecanizadas (carrosséis, pistas de automóvel, etc.), aquaparkes, parques temáticos e outros similares. Inclui a exploração de atracções em carris de ferro, assim como a sua manutenção.

(...)

93293 ORGANIZAÇÃO DE ACTIVIDADES DE ANIMAÇÃO TURÍSTICA

Compreende a organização de um conjunto de actividades, destinadas a proporcionar ao público em geral momentos lúdicos, de lazer e de diversão.

As unidades aqui incluídas podem não dispor de instalações fixas necessárias à realização das actividades de animação turística.

Não inclui:

(...)

• Parques de diversão e temáticos (93210);

Então no momento vigora uma ilegalidade nas autarquias que compõe a CIMLT por violação de Lei, porque Animação Turística legalmente não é diversão (ou espetáculo ou desporto), é turismo. E foi praticado o vício do acto administrativo “incompetência” ao terem legislado à revelia das competências exclusivas do Turismo de Portugal (que é um organismo hierarquicamente superior), nas matérias relacionadas com o Turismo.

Durante este processo, várias autarquias onde existem Parque Aventura instalados foram contactadas. A maioria solicitou o pagamento prévio de um Pedido de

Informação Simples, mas o Urbanismo do Município da Moita foi prestável, e também informou que é ao IPAC que compete regulamentar os Parques Aventura, isto é, mais uma Autarquia a interpretar em termos de legislação erroneamente a Animação Turística como actividades no âmbito das leis que regulamentam o desporto.

5.10.2. A candidatura aos fundos comunitários do Portugal 2020

Este desconhecimento do que é a Animação Turística estende-se inclusive aos decisores dos fundos comunitários Portugal 2020, aonde a empresa apresentou em 2017 uma candidatura que foi 3 vezes ilegalmente recusado pela exigência de ter que existir um Projecto de Arquitectura de Animação Turística previamente aprovado na CMS para o Parque Aventura. O mais grave é que os decisores se encontram na sede do Turismo de Portugal em Lisboa. Sempre se exigiu que os decisores apresentassem a lei que obriga a que os Parques Aventura tenham um Projeto de Arquitetura, e nunca apresentaram uma fundamentação legal.

Mas existem Projectos aprovados previamente, por certo por outros elementos decisores já formados sobre o que é o Turismo, como é exemplo o financiado Parque Aventura da *KAventura* em Ferreira do Zêzere (YOUTUBE, 2013), entretanto extinto o presente ano, remanescendo o pinhal sem qualquer vestígio do que ali durante 5 anos existiu um Parque Aventura. E encontramos aqui uma ilegal dualidade de critérios por parte dos decisores dos fundos comunitários que financiam os projetos que deviam fomentar o Turismo em Portugal.



Figura 31 -Parque Aventura cofinanciado por Fundos Comunitários (2016)

5.10.3. Experiências com formandos

Em relação às experiências com as entidades formadoras existentes, as poucas experiências vão no sentido de sucesso com alunos de Cursos Superiores, não remunerados, isto é, sem bolsa e sem subsídio; em oposição aos fracassos com formandos de cursos profissionais que sempre revelaram nenhuma apetência ou motivação para trabalhar e aprender. Estes são os factos, quanto às causas, só se pode conjecturar sobre o que realmente procuram as pessoas no mercado de trabalho?

A empresa precisa de recursos humanos, que devido à sua especialização em turismo, nas vertentes que apresenta, não encontra nos cursos existentes, formação que dê resposta. Acresce o facto que a consulta ao RNAAT em Janeiro de 2018 (TURISMO DE PORTUGAL, 2018a), demonstra que as outras 11 empresas de Animação Turística registadas no Concelho tem como uma única oferta de actividade de Animação Turística, efetuarem passeios, isto é, prestam um serviço de Guia Turístico.

Recordo que a região é desprovida de uma oferta para o segmento de Turismo Pedestre. Desconheço a formação dos quadros que compõem a concorrência, mas descrevo a presença na reunião da NERSANT para fomentar o Turismo em 2017, em Torres Novas, que perante as questões debatidas, tive que esclarecer conhecimentos básicos como em Portugal Continental só existem 5 NUTS, são uma divisão territorial comunitária e não será criada uma NUTS para o Ribatejo que recupere o antigo Distrito de Santarém com os Municípios da NUTS Centro e Alentejo. Os Portugueses pretendem competir num mercado global, transformar Portugal num importante destino turístico, mas é crítico a sua falta de formação para dominarem as necessidades da oferta como da procura turística, ou somente compreenderem: o que é o Turismo?

Capítulo 6 – Considerações finais

Os grandes eixos que o Município de Santarém precisa de investir perante a análise feita, numa visão a curto prazo, são os seguintes:

1. Criar as condições para reunir o tecido formativo, empresarial, privado e outras organizações, de forma a ser elaborado um Plano Director para o Turismo no Município. Actualmente não existe colaboração ou comunicação e cada entidade faz o que acha ser o mais conveniente para os seus interesses sem haver uma direcção e complementaridade comuns.
2. Existe uma falta de especialização em Turismo e competências conexas dos operadores no mercado (como a ausência do domínio de um segundo idioma, que se apresenta como uma barreira linguística), o que representa uma grave condicionante à procura e ao desenvolvimento do território, como limita substancialmente a oferta por parte do empreendedorismo local, atendendo que nos encontramos num mercado global sem fronteiras digitais.

Na CMS, com especialização em Turismo encontram-se por ordem hierárquica: *Vânia Rafael* (Assessora do Presidente), *Luís Moutinho* (Técnico Superior de Turismo), e *Vera Duarte* (Guia-Intérprete), o que se apresenta como insuficiente face aos desafios que o turismo do Município terá de enfrentar.

A médio prazo, a constituição de um Plano Estratégico que venha a materializar uma oferta estruturada, almejando desenvolver novos recursos e produtos, como captar fluxos turísticos é vital. É necessário reavaliar as estratégias promocionais e alterar a comunicação, deixar cair produtos, se necessário, e criar outros empregando ferramentas do *marketing*.

Faço uma avaliação positiva sobre a separação orgânica do Turismo e da Cultura, mas o serviço de turismo deve ter maior controle sobre os recursos turísticos da cidade, de forma a evitar interferências de outros departamentos, baseadas em ideias sem fundamentos de estudos e conhecimentos prévios da realidade; e repito a ausência de formação em turismo, de acordo com os diversos casos de investimentos que revelam graves problemas funcionais, como foi descrito neste relatório.

6.1. Sobre o investimento realizado pela CMS com o Mestrando

O período de Estágio e as oportunidades proporcionadas pela equipa de Cultura e Turismo da CMS foram muito proveitosas, uma vez que permitiram aprofundar contactos pessoais e comunicar com um espectro maior da actividade empresarial no território e com o público. Reitero o agradecimento pelas oportunidades concedidas.

Fica como resultados positivos, a comunicação efectuada e os contactos recebidos durante a BTL 2018 a solicitarem informações por parte da CMS. Como o desenvolvimento do *networking* entre diversos novos parceiros que já operam na região, mas onde a comunicação era inexistente, tendo sido o certame, o culminar do fomento da economia circular, no período em análise. São exemplo os produtores convidados pela CMS que se conheceram num espaço comum, e é com a repetição de acções similares, que a entidade acolhedora vai promover a articulação entre os operadores.

6.2. Conclusão

Na minha perspectiva, o Município de Santarém, enquanto Destino Turístico, ainda está pouco desenvolvido. Apesar dos bons acessos, posicionamento geográfico e recursos existentes, estas condições têm sido pouco exploradas na capitalização da atractividade e no aumento dos fluxos turísticos.

É notório no centro histórico da cidade as inúmeras lojas fechadas e edifícios devolutos, sinal que não há massa crítica de pessoas a frequentarem o espaço urbano mais antigo, o que afecta a viabilidade da implantação do tecido empresarial.

Há que melhorar a comunicação e alterar o *marketing*, e se necessário a médio e longo prazo, reformular a imagem e os elementos identificadores do destino. A situação ideal seria o surgimento de novos recursos turísticos, como Museus em redor das atracções já existentes. A recomendação é aplicar modelos de negócio inovadores como o *Design Thinker* citado anteriormente, de forma a criar soluções inovadoras e diferenciadas em relação aos destinos concorrentes, além de, analiticamente, procurar-se dar resposta aos problemas actuais.

Há ainda que compreender que nos encontramos numa Aldeia Global e compete aos agentes turísticos – agências de viagem e operadores turísticos principalmente –, realizarem a promoção internacional, mas em coordenação global, coooperando e cocriando com outros agentes económicos, administrativos, privados e os sem fins lucrativos, suportados por um plano estratégico de desenvolvimento do turismo que compete à CMS como Órgão de gestão territorial materializar. E considerando que os territórios vizinhos competem no mesmo mercado pela captação de visitantes, os esforços individuais sem estarem integrados num plano, continuarão a ser infrutíferos e pouco eficazes. Se os operadores agissem de forma concertada, o investimento requerido seria menor e mais eficiente.

Também é preciso separar o oportunismo da oportunidade, onde muitos empreendedores tomam iniciativas questionáveis (sem enquadramento legal), seja no sector da animação turística ou no alojamento, concorrendo assim com vantagem sobre os operadores legalizados, que tem encargos legalmente exigidos.

Não compete à Câmara (que é a entidade de Estágio), prestar a formação nas necessidades afectas ao fenómeno turístico. Foi identificado que na restauração, a maior necessidade é o domínio de uma segunda língua por parte de quem atende (NERSANT, 2017). A recomendação é no sentido de se aproveitar as instituições de ensino que já realizam cursos, de forma a fomentar o empreendedorismo. O tempo perde-se e as oportunidades não acontecem.

Há trabalhos em curso de reabilitação por parte do Município, que intervém sobre a malha urbana. São melhoramentos importantes, mas os mesmos carecem de uma

divulgação mais eficaz porque os operadores só por casualidade tomam conhecimento do que está a ser ou foi realizado.

Devem acontecer reuniões periódicas entre os Operadores e as Instituições. São fundamentais e a oportunidade em 2018 foi perdida durante o período de Estágio. A necessidade existe, porque foi espontaneamente solicitada em outro lugar, noutra contexto, como descrito.

Posso afirmar que os objetivos enunciados no ponto 2 foram concretizados na maioria, embora se tenha a noção que foram acções ao nível do Plano Tático e Operacional no horizonte temporal do estágio académico, mas, espero que o presente documento proporcione as condições para a criação de um Plano Estratégico a longo prazo, sólido que carece em ser materializado no Município.

Turismo não é somente uma palavra de dicionário, mas uma ciência complexa que envolve muitos outros ramos científicos, onde as emoções e os desejos da procura tem de ser descobertos e compreendidos pela oferta.

Referências bibliográficas

ALEIXO, Teresa (2010). *O Arqueoturismo no Domínio do Património Náutico e Subaquático*. ESHTE. [Tese Mestrado] [URI]. Disponível em https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/2387/1/2010.04.004_.pdf. [consultado a 14/12/2017].

ALLEN, Johny (2008). *Organização e Gestão de Eventos*. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda., 8ª Ed.

ALMEIDA, Alexandre; SILVA, João; ANGELO, Humberto (2013). *Importância dos setores primário, secundário e terciário para o desenvolvimento sustentável*. Taubaté: Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional. Revista [PDF], disponível em <http://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/viewFile/874/320>

ALMEIDA, Joana; MELLO, Manuel; COSTA António (2017). *Avaliação do impacto do turismo na reabilitação e uso do edificado dos centros históricos: O caso da Baixa Pombalina*. Aveiro: Turismo, Revista e Desenvolvimento; Journal of Tourism. [PDF], disponível em: <http://revistas.ua.pt/index.php/rtd/article/view/6837/5346>.

ALY, Götz (2009). *O Estado Popular de Hitler. Roubo, Guerra racial e Nacional-Socialismo*. Alfragide: Texto Editores, 2ª Ed.

AMARAL, Freitas (2016). *Curso de Direito Administrativo – vol.II*, Coimbra: Almedina, 3ªed.

AMBRÓSIO, Vitor (2017). *Seminário de Especialização em Produtos Turísticos*. Mestrado em Turismo, Ramo: Gestão Estratégica de Destinos 2º Ano. Estoril: ESHTE

BADARÓ, Rui (2005). *O Direito do Turismo através da história e sua evolução*. [Trabalho de Mestrado] [URI]. Disponível em <https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/3246060/DireitoDoTurismoHist.pdf>. [consultado a 14/10/2018].

BARRETTO, Margarita (2008). *Manual de Iniciação ao estudo do Turismo* (17ª ed.). São Paulo: Papiros.

BENI, Mário C. (2007). *Análise Estrutural do Turismo*. São Paulo: Senac São Paulo. 12º Ed.

- BTL (2018). *FIL: Bolsa de Turismo de Lisboa*. [online]. Disponível em <https://btl.fil.pt> [consultado a 24/3/2018]
- BRYMAN, Allan (2012). *Social Research Methods*. Oxford: Oxford University Press, 4th Ed.
- CAMPOS, Paulo (2018). *Entrevista ao Vice Presidente da NERSANT* [In person]. Santarém.
- CANAVARRO, Pedro (2018). *Entrevista ao Presidente da Fundação Passos Canavarro* [In person]. Santarém.
- CENTRO METEO (2018). *Centro Meteo Portugal*. [online]. Disponível em <http://avisos.centrometeo.pt/santarem-temperatura.html> [consultado a 24/3/2018]
- CIBERFORMA (2018). *Município de Santarém*. [online]. Disponível em <https://codigopostal.ciberforma.pt/dir/0/camara-municipal-de-santarem/> [consultado a 24/3/2018]
- CIMLT (2018). *Comunidade Intermunicipal da Lezíria do Tejo*. [online]. Disponível em <http://www.cimlt.eu/> [consultado a 24/3/2018]
- CMS (1996). *Santarém, Cidade do Mundo, Investigação realizada no âmbito da CANDIDATURA DE SANTARÉM à Classificação pela UNESCO como PATRIMÓNIO MUNDIAL*. Santarém: Câmara Municipal de Santarém
- CMS (2017). *Câmara Municipal de Santarém* [online]. Disponível em <http://www.cm-santarem.pt/Paginas/Default.aspx>. [consultado a 30/10/2017]
- CMS (2018). *Caminho de Fátima* [online]. Disponível em <http://sig.cm-santarem.pt/fatima/#>. [consultado a 30/1/2018]
- CNEMA (2018). *Centro Nacional de Exposições*. [online]. Disponível em <http://www.cnema.pt> [consultado a 17/8/2018].
- COLTRO, Alex (2000). *A fenomenologia: um enfoque metodológico para além da modernidade* [Artigo] [URI]. http://pablo.deassis.net.br/wp-content/uploads/phenomenologia_modernidade.pdf [consultado a 17/8/2018].
- COOPER, Chris, FLETCHER, John, GILBERT, David, WANHILL, Stephen (2001). *Turismo: Princípios e Prática* (2ª ed.). São Paulo: Bookman.

CORDERO, Mayra (2012). *Historias de vida: Una metodología de investigación cualitativa*. Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras. [Artigo] [URI]. Disponível em <http://revistas.upr.edu/index.php/griot/article/download/1775/1568>. [consultado a 17/12/2017].

CORREIA, Miguel, (2003). *As Cidades Estão Numa Encruzilhada*. Municípios & Regiões de Portugal, maio, pp. 17-21.

COUNCIL OF EUROPE (1983). *Convention on the Transfer of Sentenced Persons. Strasbourg, 21.III. 1983* [online]. Disponível em <https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/rms/0900001680079529> [consultado a 12/5/2018]

CPLP (2017). *Comunidade dos Países de Língua Portuguesa*. [online]. Disponível em <https://www.cplp.org/Default.aspx?ID=3913> [consultado a 12/11/2017]

CUNHA, Licínio (2001). *Introdução ao Turismo*. Lisboa: Verbo, 4ª Ed.

CUNHA, Licínio (2006). *Economia e Política de Turismo*. Lisboa: Verbo.

DRE (2018). *Procura em texto livre no Diário da República* [online]. Disponível em <https://dre.tretas.org/> [consultado a 12/6/2018]

ESA (2018). *Escola Superior Agrária, Cursos*. [online]. Disponível em https://siesa.ipsantarem.pt/esa/cursos_geral.apresentacao?P_grau=L [consultado a 2/4/2018].

ESE (2018). *Escola Superior de Educação*. [online]. Disponível em https://siese.ipsantarem.pt/ese/web_base.gera_pagina?p_pagina=130487 [consultado a 2/4/2018].

ESGT (2018). *Escola Superior de Gestão e Tecnologia*. [online]. Disponível em https://siesgt.ipsantarem.pt/esgt/web_base.gera_pagina?p_pagina=130487 [consultado a 2/4/2018].

FCMP (2018). *Federação Portuguesa de Campismo e Caravanismo, Percursos Pedestres*. [online]. Disponível em <http://www.fcportugal.com/Percursos.aspx> [consultado a 5/4/2018].

FERNANDES, Carlos (2016). *O acordo ortográfico de 1990 não está em vigor*. Lisboa: Guerra & Paz.

FERREIRA, Ana (2013). *Turismo acessível: oportunidades, desenvolvimento e desafios*. ESHTE. [Dissertação de Mestrado] [URI]. Disponível em https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/6282/1/2013.04.009_.pdf. [consultado a 14/12/2017].

FERREIRA, Manuel; SANTOS, João; REIS, Nuno; MARQUES, Tânia (2010). *Gestão Empresarial*. Lisboa: Lidel, 3ª Ed.

FIL (2018). *FIL: Feira Internacional de Lisboa*. [online]. Disponível em <https://www.fil.pt/>. [consultado a 24/3/2018].

GADALLA, Moustafa (2000). *Egyptian Harmony. The Visual Music*. Greensboro, USA: Tehuti Research Foundation.

GADALLA, Moustafa (2007). *The Ancient Egyptian Culture Revealed*. Greensboro, USA: Tehuti Research Foundation.

HOLLOWAY, John (1994). *Global Capital and the National State*. [Research Article] [URI]. Disponível em <https://doi.org/10.1177%2F030981689405200103>. [consultado a 7/12/2017]

GOOGLE MAPS (2018). *Santarém (IP1, A13, A15)*. [online]. Disponível em <https://www.google.pt/maps/place/Santar%C3%A9m/@39.2453615,-8.7440224,12z/data=!4m5!3m4!1s0xd18eccb6125b2c3:0x400ebbde4903a60!8m2!3d39.2848804!4d-8.704075>. [consultado a 1/11/2017]

HOTEL DOS TEMPLARIOS (2018). *Hotel dos Templários*. [online]. Disponível em <https://www.hoteldostemplarios.com/>. [consultado a 14/9/2018].

IGNARRA, Luiz (1999). *Fundamentos do Turismo*. São Paulo: Editora Pioneira.

IN.STR (2017). *verão in.Santarém* [online]. Disponível em <http://instr.cm-santarem.pt/>. [consultado a 26/10/2017]

INE (2017). *Anuário Estatístico da Região Alentejo - 2016* [online]. Disponível em https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOE_Spub_boui=277101622&PUBLICACOESmodo=2. [consultado a 3/12/2017]

INR (2018). *Acessibilidade e Mobilidade para todos*. [online]. Disponível em <http://www.inr.pt/uploads/docs/acessibilidade/GuiaAcessEmobi.pdf> [consultado a 8/4/2018]

- IPAC (2018). *Instituto Português de Acreditação* [online]. Disponível em <http://www.ipac.pt/pesquisa/acredita.asp>. [consultado a 26/7/2018]
- JFP (2017). *Junta de Freguesia de Pernes* [online]. Disponível em www.jfpernes.pt/. [consultado a 1/11/2017]
- JULIÃO, Liliana (2013). *Cidade, Cultura e Turismo, O Impacto Turístico em Guimarães Capital Europeia da Cultura 2012. ESHTÉ*. [Dissertação de Mestrado] [URI]. Disponível em https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/6293/1/2013.04.015_.pdf. [consultado a 14/12/2017].
- KOTLER, Philip; BOWEN, John; MAKENS, James (1999). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Prentice Hall. 2ª Ed.
- KOTLER, Philip; HAIDER, Donald H.; REIN, Irving (1993). *Marketing Places. Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations*. Nova Iorque: Free Press
- KRAPF, K. (1953). *La consumición turística. Una contribución a la teoría de la consumición*. [online]. Traducción de Francisco Muñoz de Escalona. Editado por eumed-net en 2004. Disponível em www.eumed.net/cursecon/libreria. [consultado a 27/11/2017]
- LOURINI (2018). *Marca líder em mobiliário para casa, móveis e sofás em Portugal*. [online]. Disponível em <https://www.jjlouro.com/>. [consultado a 14/9/2018].
- LOURO, J. J. (2018). *Mobiliário J. J. Louro – Móveis | Sofás | Colchões*. [online]. Disponível em <https://lourini.pt/pt/>. [consultado a 14/9/2018].
- MATIAS, Álvaro (2007). *Economia do Turismo - Teoria e pratica*. Lisboa: Instituto Piaget.
- MILL, R. Christie, MORRISON, Alastair (1985). *The Tourism System. An Introductory Text*. New Jersey: Prentice-Hall,INC., Englewood Cliffs.
- MINGS, C. Robert, CHULIKPONGSE, Sommart (1994). *Tourism in far southern Thailand: a geographical perspective, Tourism Recreation Research*, Vol. 19 No. 1, pp: 25-31.
- MONTANA SEGURA (2018). *MIDE (Método de Información De Excursiones)* [online]. Disponível em <http://mide.montanasegura.com/>. [consultado a 27/8/2018]

MOUTINHO, Luís (2007). *A Animação Turística: Um olhar reflexivo sobre a oferta e a procura na Região de Turismo do Ribatejo*. Dissertação de Mestrado, não publicado.

MOUTINHO, Luís (2017). *Entrevista ao Supervisor de Estágio* [In person]. Santarém.

Museu Municipal de Santarém (2017). *Museu Municipal de Santarém* [online]. Disponível em <http://www.museu-santarem.org/>. [consultado a 30/10/2017]

NERSANT (2017). *Associação Empresarial da Região de Santarém* [online]. Disponível em <http://nersant.pt/>. [consultado a 3/12/2017]

O RIBATEJO (2014). *Feira Nacional de Agricultura bateu todos os recordes – mais de 200 mil visitantes* [online]. Disponível em <http://www.oribatejo.pt/2014/06/16/feira-nacional-de-agricultura-bateu-todos-os-recordes-mais-de-200-mil-visitantes/http://www.oribatejo.pt/2014/06/16/feira-nacional-de-agricultura-bateu-todos-os-recordes-mais-de-200-mil-visitantes/> [consultado a 3/10/2018]

OMT (1994). *Recommendations on Tourism Statistics 1994 Definição de Turismo* [online]. Disponível em https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789213611661http://www.unwto.org/index_s.php. [consultado a 30/10/2017]

OMT (1993). *Sustainable Tourism: Guide for local planners*. Madrid: Tourism and the Environmental Publication.

OMT (1996). *Implications of the UN/WTO Tourism. Definitions for the U. S. Tourism Statistical System, (1994): Recomendaciones sobre Estadísticas de Turismo*. Madrid: UNWTO.

OMT (1999). *Orientaciones Generales para la Elaboración de la Cuenta Satélite de Turismo*. Madrid: *Medición de la Demanda Turística Total*.

OMT (2001a). *Tourism Sattelite Account – Recommended Methodological Framework*. Madrid: UNWTO. [PDF], disponível em: https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesF/SeriesF_80e.pdf

OMT (2001b). *Tourism to the Year 2000 - Tourisme a l'horizon 2000 (Version française)*. Madrid: *À L'horizon 2000 et au-delà*. [PDF], disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/9789284400119>

- OMT (2011). *Communicating Heritage – A Handbook for the Tourism Sector*. Madrid: UNWTO. [PDF], disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284413751>
- OTTO, Miguel S. (1996). “*O Marketing das Cidades*”. Lisboa: Marketeer, julho-agosto, p. 28-31.
- PATRIMÓNIO CULTURAL (2018). *Penitenciária Distrital de Santarém*. [on line]. Disponível em <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/patrimonio/patrimonio-imovel/pesquisa-do-patrimonio/classificado-ou-em-vias-de-classificacao/geral/view/73587>. [consultado a 14/9/2018].
- PEDROSA, JOÃO (2013). *Dissertação de Mestrado Integrado em Arquitectura*. Departamento de Arquitectura – FCTUC
- PEREIRA, Celso (2018). *Entrevista ao Vice Presidente do Clube de Canoagem Scalabitano da Ribeira de Santarém* [In person]. Santarém.
- PERNECKY, T.; JAMAL, T. (2010). *(Hermeneutic) phenomenology in tourism studies*. Annals of Tourism Research, Vol. 37, No. 4, pp. 1055–1075. United Kingdom: Elsevier Ltd.
- PORDATA (2017). *A Pordata, projeto da FFMS, é uma base de estatísticas certificadas sobre Portugal, seus municípios e Europa*. [online]. Disponível em <http://www.pordata.pt/>. [consultado a 3/12/2017]
- PORTADA (2018). *Superfície: Que municípios têm maior e menor área?* [online]. Disponível em <https://www.pordata.pt/Municipios/Superf%C3%ADcie-57> [consultado a 12/10/2018]
- PORTER, Michael (1995). A Vantagem Competitiva das Cidades. Revista Exame, novembro, pp. 168-199, publicado originalmente sob o título “The Competitive Advantage of the Inner City”, Harvard Business Review, May-Jun, pp. 55-71.
- PORTUGUESE TRAILS (2018). *Portuguese Trails - Cycling and Walking*. [online]. Disponível em <https://www.portuguesetrails.com/pt-pt>. [consultado a 14/9/2018].
- PRODER (2017). *Programa de desenvolvimento rural* [online]. Disponível em <http://www.proder.pt/homepage.aspx>. [consultado a 30/10/2017]

PUBLICO PINTO, Mariana (2016). *Entrevista: TERRAMOTOURISM: Lisboa abalada por um “sismo turístico”*. [online]. Disponível em <https://www.publico.pt/2016/12/12/p3/noticia/terramotourism-lisboa-abalada-por-um-sismo-turistico1827171> [consultado a 15/03/2018]

PUERTAS, Xavier (2004). *Animación en el ámbito turístico*. Madrid: Editorial Síntesis

QUENTAL, Antero (1871). *1.ª sessão das Conferências Democráticas*. [online]. <http://www.arqnet.pt/portal/discursos/maio01.html> [consultado a 15/03/2018]

QUIVY, Raymond; CAMPENHOUDT, L. Van (2008). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.

RAFAEL, Vânia (2018). *Entrevista à Acessora do Presidente da Câmara Municipal de Santarém* [In person]. Santarém.

REJOWSKI, Mirian (1996). *Turismo e pesquisa científica*. Brasil: Papirus Editora.

RITA, Paulo (1995). *O Turismo em Perspetiva: Caracterização e Tendências do Mercado Internacional*. Revista Portuguesa de Gestão, p. 7-18.

RNPP (2017). *Registo Nacional de Percursos Pedestres* [online]. Disponível em <http://www.fcportugal.com/Percursos.aspx>. [consultado a 30/10/2017]

RODRIGUES, Martinho (2013). *A Hidroelétrica na História de Pernes*. Pernes: Junta de Freguesia de Pernes.

RTP (2018). *Poluição no Rio Tejo. O que já se sabe*. [online]. Disponível em https://www.rtp.pt/noticias/ambiente/poluicao-no-rio-tejo-o-que-ja-se-sabe_n1055778 [consultado a 24/3/2018]

RUSHMANN, Doris (2001). *Turismo e planeamento sustentável – a proteção do meio ambiente*. Brasília: Papirus Editora

SANTAREM DIGITAL (2018). Mapa Turístico. <http://www.santaremdigital.com/mapas>

SCMP (2017). *Santa Casa da Misericórdia de Pernes* [online]. Disponível em <http://www.scmpernes.pt/>. [consultado a 30/10/2017]

SEVEN DOMAINS (2018). *Turismo e Aventura* [online]. Disponível em <https://www.7domains.pt/> [consultado a 20/12/2017]

SIGNORI, G. Gláuber; MARTINS, Amilton; SILVA, Moacir; KALIL, Fahad; CAPELARI, Márcia (2014). *Startup e inovação: inovando na forma de pensar e*

decretando o fim das velhas ideias. [online]. Disponível em <http://www.anprotec.org.br/Relata/ArtigosCompleto/ID%20107.pdf>. [consultado a 10/10/2018]

SILVA, Francisco; UMBELINO, Jorge (2017). *Planeamento e desenvolvimento Turístico*. Lisboa: Lidel

SMITH, Adam (1778). *The Wealth of Nations*. Gloucestershire; Paperback Shop.

THEOSOPHY WORLD (2018). *Quotes by Mahatma Gandhi* [online]. Disponível em <https://www.theosophy.world/resource/quotes/quotes-mahatma-gandhi> [consultado a 19/8/2018]

TULBA, Olga (2017). *Os Mercados Emergentes e a Hotelaria - O caso da Rússia em Lisboa*. ESHTE. [Tese Mestrado]

TURISMO DE PORTUGAL (2018a). *Consulta ao registo - Agentes de Animação Turística*. [online]. Disponível em <https://rnt.turismodeportugal.pt/RNAAT/ConsultaRegisto.aspx?FiltroVisivel=True> [consultado a 18/1/2018]

TURISMO DE PORTUGAL (2018b). *Estratégia Turismo 2027*. [on line]. Disponível em <http://www.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/Estrategia/estrategia-turismo2027.pdf> [Consultado a 2/3/2018]

TURISMO DE PORTUGAL (2018c). *Consulta ao registo – Registo Nacional do Alojamento Local*. [online]. Disponível em <https://rnt.turismodeportugal.pt/RNAL/ConsultaRegisto.aspx?Origem=CP&FiltroVisivel=True> [consultado a 18/1/2018]

THR (2006). *TURISMO HOTELERÍA Y RECREACIÓN: Turismo de Natureza*. Barcelona: Estudo para o Turismo de Portugal.

VISITAR PORTUGAL (2018). *Santarém (Distrito)*. [online]. Disponível em <https://www.visitarportugal.pt/distritos/d-santarem> [consultado a 24/3/2018]

VIVER SANTARÉM (2017). *Cultura, Turismo, Desporto e Gestão Urbana* [online]. Disponível em <http://www.viversantarem.pt/> [consultado a 30/10/2017]

YOUTUBE (2013). Inauguração do Parque KAventura. [vídeo] [online]. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=y1gIWxK0Z14>. [consultado a 17/11/2018]

ZILES, Urbano (2007). *Fenomenologia e teoria do conhecimento em Husserl*. *Revista de abordagem gestáltica*. v.13 n.2 Goiânia dez. 2007. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. [Artigo] [URI]. Disponível em http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1809-68672007000200005 [consultado a 17/12/2017]

Lista de Legislação consultada

DRE (2018a). [online]. *Decreto-Lei n.º 379/97 de 27 de Dezembro. Aprova o Regulamento que Estabelece as Condições de Segurança a Observar na Localização, Implantação, Conceção e Organização Funcional dos Espaços de Jogo e Recreio, Respetivo Equipamento e Superfícies de Impacte.* Disponível em <http://data.dre.pt/eli/dec-lei/379/1997/12/27/p/dre/pt/html> [consultado a 7/6/2018]

DRE (2018b). [online]. *Decreto-Lei n.º 309/2002 de 16 de Dezembro. Regula a instalação e o financiamento de recintos de espetáculos, no âmbito das competências das câmaras municipais.* Disponível em [https://dre.pt/web/guest/legislacao-consolidada/-/lc/106846715/view?q=Decreto-](https://dre.pt/web/guest/legislacao-consolidada/-/lc/106846715/view?q=Decreto-Lei+n.%C2%BA%20309%2F2002%2C%20de+16%2F12)

[Lei+n.%C2%BA%20309%2F2002%2C%20de+16%2F12](https://dre.pt/web/guest/legislacao-consolidada/-/lc/106846715/view?q=Decreto-Lei+n.%C2%BA%20309%2F2002%2C%20de+16%2F12). [consultado a 7/6/2018]

DRE (2018c). [online]. *Decreto-Lei n.º 220/2008 de 12 de Novembro. Regime jurídico da segurança contra incêndios em edifícios.* Disponível em [https://dre.pt/web/guest/legislacao-consolidada/-/lc/72828985/view?q=Decreto-](https://dre.pt/web/guest/legislacao-consolidada/-/lc/72828985/view?q=Decreto-lei+n.%C2%BA220%2F2008%2C%20de+12%2F11)

[lei+n.%C2%BA220%2F2008%2C%20de+12%2F11](https://dre.pt/web/guest/legislacao-consolidada/-/lc/72828985/view?q=Decreto-lei+n.%C2%BA220%2F2008%2C%20de+12%2F11) [consultado a 7/6/2018]

DRE (2018d). [online]. *Decreto-Lei n.º 203/2015 de 17 de Setembro. Aprova o regulamento que estabelece as condições de segurança a observar na localização, implantação, conceção e organização funcional dos espaços de jogo e recreio, respetivo equipamento e superfícies de impacto.* Disponível em <http://data.dre.pt/eli/dec-lei/203/2015/09/17/p/dre/pt/html> [consultado a 7/6/2018]

DRE [online]. *Decreto-Lei n.º 75/2013 de 12 de Setembro.* Disponível em <https://dre.pt/web/guest/pesquisa/-/search/500023/details/maximized>. [consultado a 7/6/2018]

DRE [online]. *Decreto-Lei n.º 220/2008 de 12 de Novembro.* Disponível em [https://dre.pt/web/guest/legislacao-consolidada/-/lc/72828985/view?q=Decreto-](https://dre.pt/web/guest/legislacao-consolidada/-/lc/72828985/view?q=Decreto-lei+n.%C2%BA220%2F2008%2C%20de+12%2F11)

[lei+n.%C2%BA220%2F2008%2C%20de+12%2F11](https://dre.pt/web/guest/legislacao-consolidada/-/lc/72828985/view?q=Decreto-lei+n.%C2%BA220%2F2008%2C%20de+12%2F11). [consultado a 7/6/2018]

DRE [online]. *Decreto-Lei n.º 268/2009 de 29 de Setembro.* Disponível em https://dre.pt/web/guest/pesquisa/-/search/490708/details/maximized?print_preview=print-preview. [consultado a 7/6/2018]

DRE [online]. *Decreto-Lei n.º 309/2002*. Disponível em <https://data.dre.pt/eli/dec-lei/309/2002/12/16/p/dre/pt/html> [consultado a 12/10/2018]

DRE [online]. *Decreto-Lei n.º 32/1973 de 6 de fevereiro*. Disponível em <https://dre.tretas.org/dre/236526/decreto-lei32-73-de6-de-fevereiro> [consultado a 12/11/2017]

DRE (2017). [on line]. *Decreto-lei 35402, de 27 de Dezembro*. Diário do Govêrno n.º 288/1945, Série I de 1945-12-27. Data: 1945-12-27. Disponível em <https://dre.tretas.org/dre/297540/decreto-lei-35402-de-27-de-dezembro> [Consultado a 12/11/2017]

ANEXOS

Anexo A – Excerto do Código de Ética do Turismo

(...) O reconhecimento do turismo como fator de desenvolvimento sustentável, devendo o conjunto dos agentes turísticos pugnar pela salvaguarda do ambiente e dos recursos naturais, na perspectiva de um crescimento económico durável, capaz de satisfazer equitativamente as necessidades e as aspirações das gerações presentes e futuras;

A conciliação do turismo como utilizador do património cultural e, em simultâneo, como veículo do seu enriquecimento, o que implica que as políticas e as atividades turísticas sejam desenvolvidas com o respeito pelo património artístico, arqueológico e cultural das comunidades residentes, contribuindo para a sua preservação e transmissão às gerações futuras; (...)

(...) A intensificação dos benefícios do turismo nas suas comunidades de acolhimento, o que obriga ao envolvimento das populações locais nas atividades turísticas, bem como a sua participação acrescida nos efeitos positivos gerados ao nível económico, social e cultural, nomeadamente na criação de emprego e na melhoria dos níveis de qualidade de vida;

A necessidade de os agentes profissionais do turismo se vincularem ao cumprimento de um conjunto de obrigações subjacentes ao desenvolvimento turístico equilibrado, o que pressupõe uma articulação acrescida entre os setores público e privado, de modo a orientarem as atividades em respeito com os direitos dos consumidores/turistas e com os padrões de vida dos residentes; (...).

Fonte: OMT (2001b)

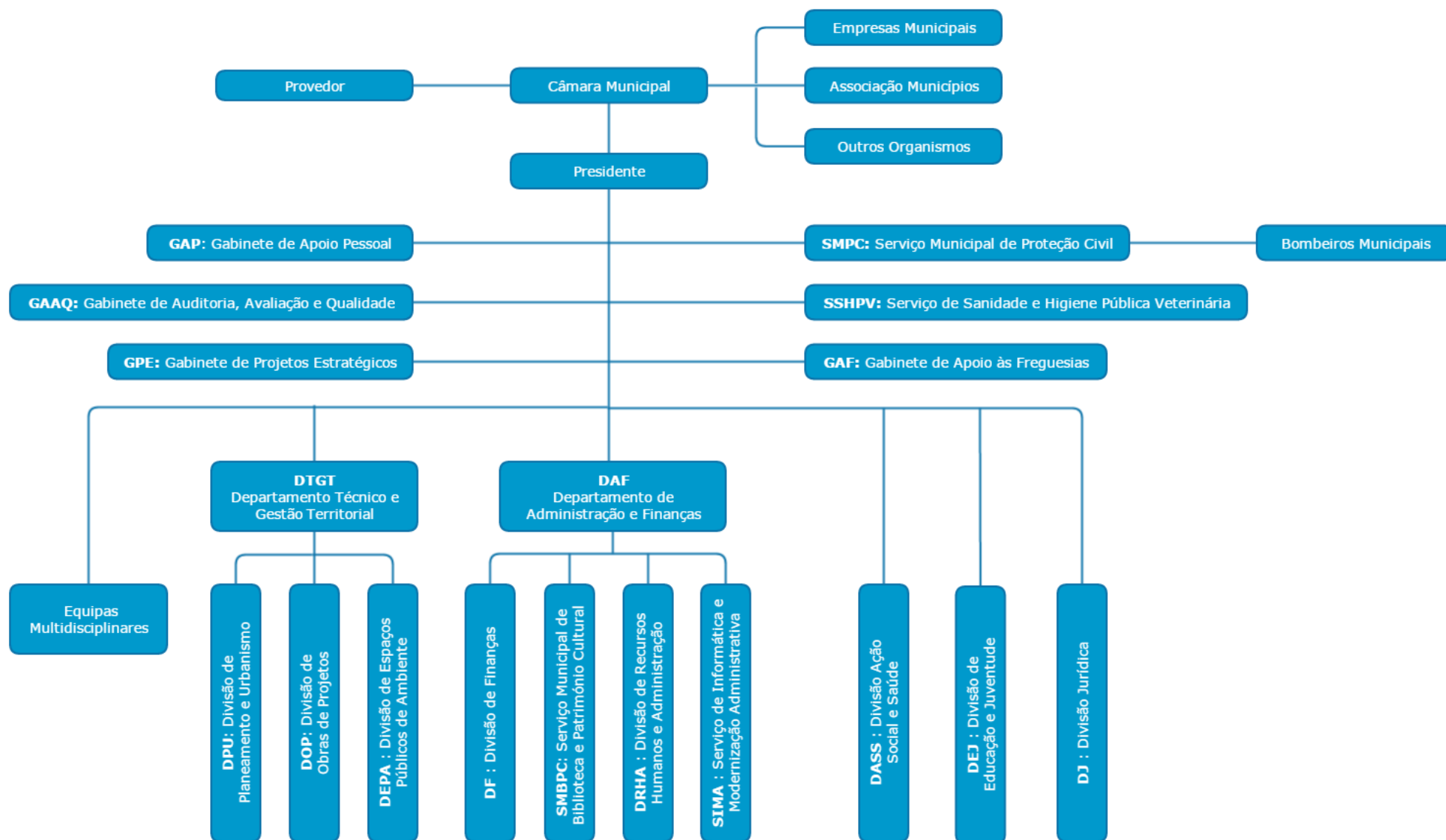
Anexo B – Consulta ao Registo de Alojamento Local no município a 14-1-2018

Nº de registo	Data do registo	Nome do Alojamento	Data Abertura Público	Modalidade	Nº Camas	Nº Quartos	Nº Beliches
58291/AL	16/10/2017	António Cândido Gaspar Guedes	16/10/2017	Estabelecimento de hospedagem-Hostel	10	2	3
28495/AL	08/05/2016	CASA BRUNAT	01/06/2016	Moradia	5	4	
24662/AL	17/02/2016	Casa Cerca	18/02/2016	Moradia	7	5	
2744/AL	09/12/2014	Casa Cunha	09/12/2014	Apartamento	3	3	
14942/AL	02/06/2015	Casa da Latada	02/06/2015	Moradia	5	5	
9331/AL	16/03/2015	Casa da Nogueira	16/03/2015	Moradia	7	3	
14643/AL	27/05/2015	Casa da Portela	01/06/2015	Moradia	5	3	
56522/AL	12/09/2017	Casa da Ribeira	13/09/2017	Apartamento	3	2	
57700/AL	04/10/2017	Casa da Tia	04/10/2017	Moradia	2	2	
9332/AL	16/03/2015	Casa da Tília	16/03/2015	Moradia	4	2	
14632/AL	28/05/2015	Casa D'Arrozaria	01/06/2015	Moradia	5	2	
1394/AL	10/01/2012	Casa das Flores	10/01/2012	Apartamento	1	1	
36107/AL	24/10/2016	Casa de Marvila	24/10/2016	Estabelecimento de hospedagem	3	2	
48427/AL	09/06/2017	Casa de S. Nicolau	09/06/2017	Moradia	3	2	
2915/AL	07/02/2012	Casa do Arco	07/02/2012	Apartamento	2	1	
29247/AL	20/05/2016	CASA DO CHAFARIZ	19/06/2016	Moradia	6	4	
32903/AL	25/07/2016	CASA DO CHAFARIZ	19/06/2016	Moradia	3	3	
2619/AL	23/01/2014	Casa do Lagar	23/01/2014	Moradia	4	3	
40637/AL	01/03/2017	Casa do Loureiro Branco	01/03/2017	Estabelecimento de hospedagem	2	2	
39298/AL	26/01/2017	Casa dos Pedro's	01/03/2017	Moradia	4	2	
4030/AL	09/01/2013	Casal do Inglês	09/01/2013	Moradia	1	1	
60950/AL	16/12/2017	Chalet Santa Iria	17/12/2017	Estabelecimento de hospedagem	4	3	
16940/AL	07/07/2015	Daniel Venter	15/07/2015	Moradia	5	3	
7596/AL	16/02/2015	Lugar dos Campos	17/02/2015	Moradia	1	1	
38120/AL	28/12/2016	Magalhães House	29/12/2016	Apartamento	4	2	
18658/AL	29/07/2015	MEIO	17/08/2015	Estabelecimento de hospedagem	14	7	
4034/AL	23/05/2014	N1 Hostel Apartments and suites	23/05/2014	Estabelecimento de hospedagem-Hostel	5		
53071/AL	28/07/2017	O Nosso Cantinho	29/07/2017	Moradia	4	3	
2757/AL	18/01/2012	Pensão Coimbra	18/01/2012	Estabelecimento de hospedagem	5	5	
27387/AL	14/04/2016	Portela Residence	15/04/2016	Estabelecimento de hospedagem	10	5	
46360/AL	25/05/2017	Quinta da perdiz - Santarém	25/05/2017	Moradia	4	3	
45977/AL	23/05/2017	Quinta do Cacho	23/05/2017	Moradia	3	3	
4405/AL	22/07/2011	Quinta do Mocho	22/07/2011	Estabelecimento de hospedagem	8	6	
4517/AL	20/01/2015	Quinta Helena Suites e SPA	01/03/2015	Moradia	5	4	
20984/AL	15/01/2010	Residencial Beirante	20/10/2015	Estabelecimento de hospedagem	0	42	

2009/AL	23/05/2013	Santarém Hostel	23/05/2013	Estabelecimento de hospedagem-Hostel	24		
40308/AL	21/02/2017	Tagus Host	01/03/2017	Estabelecimento de hospedagem	10	6	
44211/AL	04/05/2017	Tagus Host II	04/05/2017	Estabelecimento de hospedagem	12	6	
60076/AL	24/11/2017	Um Cantinho em Santarém	24/11/2017	Apartamento	2	1	
53707/AL	07/08/2017	Vale Travesso	07/08/2017	Moradia	8	6	
50817/AL	07/07/2017	Vila Pinto	07/07/2017	Moradia	4	3	
57219/AL	25/09/2017	Vivenda Tília	25/09/2017	Estabelecimento de hospedagem	4	3	
					221	166	3
						TOTAL:	390

Fonte: Turismo de Portugal (2018)

Anexo C – Organograma dos departamentos da CMS



Fonte: CMS (2018)

Anexo D – Ficha dos recursos existentes no município afetos ao CS

Os seguintes quadros transcrevem as 27 páginas que constituíram a caracterização dos recursos em Santarém por onde transita o CS e foi enviado à ERT A&R

Caminhos de Santiago a Sul do Tejo		Co-financiado por:   
-------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

MUNÍCIPIO	Santarém		CAMINHO	CENTRAL		
INTERLOCUTOR PRINCIPAL	Nome:	Luís Moutinho (técnico turismo)	Contacto:	TLM:		Email: luis.moutinho cm-santarem.pt
INTERLOCUTOR SECUNDÁRIO	Nome:	Catarina Durão (arquiteta paisagista)	Contacto:	TLM:		Email: catarina.durao cm-santarem.pt
OUTROS MEMBROS QUE INTEGRA A EQUIPA DE PROJETO	Nome:	Vera Duarte (técnica turismo)	Função			
	Nome:	João Duarte (arquiteto paisagista)	Função			
	Nome:		Função			

1. DESIGN DO PERCURSO

1.1. Anexar uma carta militar com a proposta de percurso a adotar no município à escala: 1:25 000

1.2. Descrição do percurso, seu estado de implementação e condicionantes, tendo em consideração que se entende *por* “Caminhos de Santiago” uma rede de caminhos públicos, principalmente vicinais (no mínimo 60%) e organizados, ligados e sistematizados em troços de 20 a 25 km, que privilegiem a visitação de recursos associados ao culto de Santiago.

A Sul de Santarém o percurso segue de Valada/Cartaxo e atravessa serventias de acesso a terrenos agrícolas, em terra, ladeadas de vinhas, até aceder à EN 587 asfaltada, junto ao aeródromo de Santarém, prosseguindo até às Ómnias. Daqui sobe pela Calçada da Fonte da Junqueira, passando a meia encosta pelo antigo chafariz, até ao planalto da cidade de Santarém.

Na cidade, depois de passar a Rua Pedro de Santarém, continua até ao Largo Cândido dos Reis e entra naquela que seria a “porta” de Mansos, uma das portas da muralha de Santarém, e entrada sul da atual rua João Afonso. Segue até ao Canto da Cruz, na qual se vira à direita pela rua Miguel Bombarda até à Igreja de Santo Estevão, Santuário do Santíssimo Milagre, ponto de passagem inscrito em muitas bibliografias. Daqui chega-se à rua Braamcamp Freire, antiga calçada da amargura, através das escadinhas que dão acesso à mesma, e, continuando para a esquerda, vislumbra-se o vale de torres e sobe-se por esta até ao largo aonde se localiza a Igreja da Graça, parte integrante do antigo convento dos Agostinhos. Segue-se pela Rua de Belmonte, atravessa-se o Terreirinho das Flores em direção à atual Av. 5 de Outubro, passa-se pela igreja de Alporão e vai-se pela referida avenida até ao Largo da Alcáçova e junto a este, no largo de Santiago, passa-se a Porta de Santiago, antiga porta da muralha, para se descer pela antiga calçada medieval do mesmo nome. Percorre-se esta antiga calçada, com alguma inclinação e piso irregular, em direção à Ribeira de Santarém, passando pela que seria a antiga paróquia de Santiago desta freguesia, cuja igreja ruíu no terramoto de 1755, encontrando-se a imagem do Santo no espólio da Igreja gótica de Santa Cruz, que se encontra à esquerda no final deste percurso.

Prosegue-se neste núcleo ribeirinho até Rua Lourenço de Almeida e daqui pela Rua do Meio, Rua do Alfaceme de Santarém, atravessando depois a linha de ferro, até ao

Chafariz de Palhais, vizinho das ruínas do antigo Hospital de Palhais onde, até ao séc. XIV, eram acolhidos os peregrinos que se dirigiam a Santiago de Compostela. No lado direito a Ponte de Alcorce, exemplo dos elementos patrimoniais medievais que davam suporte a este caminho. Daqui segue-se pela Estrada de Campo e 1Km sensivelmente para NO, entramos novamente em serventias em terra de acesso aos campos de cultivo desta lezíria ribatejana.

Mais à frente percurso retoma a estrada asfaltada ladeado por quintas (domínio privado), Quinta da Cruz da Légua e a Quinta da Boavista à direita, chegando a Vale de Figueira pela Rua Campo do Rossio até à igreja matriz, a Igreja de S. Domingos onde o relógio nos indica a data de 1861, e depois desta, à direita, segue-se pela Rua do Sobral e o percurso continua, novamente por serventias em terra. As casas vão rareando e, pelo relevo mais acidentado, entre os campos das herdades, a terra batida do caminho é ladeada de sobreiros, eucaliptos e choupos, além de uma vegetação mais densa junto do rio Alviela, cuja ponte transporá, e entra-se em serventias de campos de cultivo, até rua Porto das Pereiras, saindo do Concelho de Santarém passando agora para o concelho da Golegã.

1.3. Sinalética existente e sua descrição (juntar fotografias caso se aplique):

No trajeto que percorre o Concelho de Santarém as marcas de direção são pintadas a amarelo, têm a forma de seta com o tamanho compreendido entre os 10cm e os 25cm. São pintadas em suportes diversos nomeadamente, postes de eletricidade, muros, lancis e em troncos de árvores. A altura da sinalética varia entre alguns centímetros acima do asfalto, quando marcada em lancis, e a 1.5m aproximadamente, quando marcado em postes, troncos, paus e muros.

Sempre que o percurso se apresenta com bifurcações ou cruzamentos, a sinalética “X” também se encontra presente a indicar que não é o trajeto a seguir, também pintado a amarelo, variando as dimensões na proporção anteriormente indicada.

As marcas encontram-se assinaladas em intervalos de 200m ou 300m, sempre que o caminho é o único a ser percorrido e em distâncias mais curtas quando surgem outras vias que possam induzir em erro.

A Sul de Santarém o Caminho de Santiago percorre o mesmo percurso que o Caminho de Fátima, separando-se dentro da cidade de Santarém.

Não existe no terreno sinalética em suporte de azulejo com a concha, ou outros elementos.

2. RECURSOS PRIMÁRIOS – PONTOS DE INTERESSE (PDIs)

	Designação	Breve Descrição e Justificação	Morada e Coordenadas GPS	Observações
PDIs DIRETAMENTE RELACIONADOS COM OS CAMINHOS DE SANTIAGO	Fonte da Junqueira	Fonte de grande importância, dada a sua localização na calçada de acesso ao planalto de Santarém, e que permitia o abastecimento e o retemperar de forças aos peregrinos e viajantes vindos de Sul. A edificada hoje visível data de 1835.	Calçada da Junqueira, 2000-199 Santarém GPS: 39.224860, -8.682557	Contactos: geral@cm-santarem-pt 243304200
	Igreja de Santo Estevão- Santuário do Santíssimo Milagre (M.N.)	Santuário desde 1997, encontra-se, no entanto, relacionado com os milagres ocorridos no século XIII, tendo sido local de peregrinação e de visita por parte de vários monarcas ao longo dos séculos, nomeadamente a rainha Santa Isabel. Nos séculos XIV e XV tornou-se o mais popular santuário do reino. Atualmente constitui um dos locais de maior visitação em Santarém, sobretudo por estrangeiros participantes em viagens de cariz religioso.	Escadinhas do Milagre 6, 2000-069 Santarém GPS: 39.233390, -8.681718	Descrição: www.cm-santarem.pt/descobrir-santarem/o-que-visitar/item/1194-igreja-de-santo-estevao-do-santo-milagre Contactos: www.santissimomilagresantarem.pt/web/index.php/irmandade http://diocese-santarem.pt diocstr@sapo.pt 243329930 Horários: 08:00 - 13:00 14:00 - 17:30 ENCERRA: Domingos e feriados

				(exceto com marcação)
Igreja da Graça – antigo Convento dos Agostinhos (M.N.)	Os romeiros, entre eles clérigos, com mais posses dispunham de acolhimento nos mosteiros das várias ordens. O Mosteiro dos Agostinhos dava albergue a peregrinos. A igreja da Graça ara parte integrante desse mosteiro.	Largo Pedro Álvares Cabral, 12 2000-091 Santarém GPS: 39.234854, -8.680447	Descrição: www.cm-santarem.pt/descobrir-santarem/o-que-visitar/item/1188-igreja-de-nossa-senhora-da-graca Contatos: http://diocese-santarem.pt diocstr@sapo.pt 243 304 060 Horários: Horário de verão 10:00 - 13:00 14:00 - 18:00 ENCERRA – Feriados	
Igreja de S. João de Alporão (M.N.)/Torre das Cabaças (M.N.)	Ponto fulcral para se entender a vila medieval, uma vez que a porta de muralha ali outrora existente, entre a torre relógio, denominada das Cabaças e a torre sineira da Igreja de S. João de Alporão, delimitava a vila medieval, fazendo uma clara distinção entre este local e o ponto militar e estratégico da Alcáçova. Era o provável acesso dos romeiros à Porta de Santiago. Os próprios hospitalários estão ligados ao caminho de Santiago como local de assistência a peregrinos.	Largo Eng. Zeferino Sarmento, 5 2000-121 Santarém GPS: 39.235803, -8.680153	Descrição: www.cm-santarem.pt/descobrir-santarem/o-que-visitar/museus/item/1205-igreja-de-s-joao-do-alporao www.cm-santarem.pt/index.php/component/k2/item/1213-torre-das-cabacas-nucleo-museologico-do-tempo Contatos: geral@cm-santarem-pt 243304200 Horários: S. João de Alporão- TEMPORARIAMENTE ENCERRADO Torre das Cabaças: 4ª a domingo 9:00h – 12:30h 14:00h-17:30h ENCERRA 2ª e 3ª exceto 19/3. (Necessário ligar para o nº que está na porta ou pedir na Igreja da Graça).	
Igreja de Alcáçova	Fundada em 1154 sobre edifício romano, foi doada pelo rei D. Afonso Henriques aos Cavaleiros Templários, tal como consta da inscrição localizada na fachada principal da igreja. Os Templários tinham na sua génese a missão de proteção aos peregrinos e estavam em Santarém localizados numa área estratégica e militar por excelência. A Igreja de Santa Maria da Alcáçova foi importante colegiada e capela real entre os séculos XIII e XIX. Na idade média manteve uma escola, que esteve em funções até ao século XVIII.	Largo da Alcáçova 2, 2000-102 Santarém GPS: 39.234475,-8.677484	Descrição: www.cm-santarem.pt/index.php/descobrir-santarem/o-que-visitar/patrimonio/item/1193-igreja-de-santa-maria-da-alcacova Contatos: http://diocese-santarem.pt diocstr@sapo.pt 243304060 Horários: 4ª-Dom: 10:00 -12:30 14:30-17:00 Encerra 2ª, 3ª, Feriados	

	Porta de Santiago e Calçada Medieval	Em 1193, o rei D. Sancho I entrega à Ordem de S. Tiago a defesa de uma zona menos defendida de Santarém, e que teria sido o local pelo qual D. Afonso Henriques entrou na Alcáçova aquando da reconquista cristã. A Porta da Alcáçova de Santarém era a porta principal do castelo de Santarém, chamada por isso mesmo de porta da Alcáçova. A atual designação deriva da Igreja por onde passava a calçada que fazia a ligação ao bairro da Ribeira. Até ao século XVI dava também acesso ao núcleo urbano central através da atual calçada de Santa Margarida.	Largo da Alcáçova, 2000-110 Santarém GPS: 39.235245, -8.676067	Descrição: www.cm-santarem.pt/index.php/descobrir-santarem/o-que-visitar/patrimonio/item/1209-porta-de-santiago Contactos: geral@cm-santarem-pt 243304200
	Chafariz de Palhais	Fonte que abastecia os viajantes com destino ao norte, bem como as pessoas que chegavam a Santarém vindas pelas 3 estradas de campo, que ali confluíam. Próximo da fonte localizava-se a igreja gótica e o Hospital de Sta. Maria de Palhais, dos quais restam vestígios. Foi uma das mais prestigiadas instituições de Santarém como hospital albergaria, servindo viajantes e peregrinos.	Rua Direita de Palhais Ribeira de Santarém 2000-592 Santarém GPS: 39.240007, -8.674573	Descrição: www.cm-santarem.pt/index.php/descobrir-santarem/o-que-visitar/patrimonio/item/1406-chafariz-de-palhais Contactos: geral@cm-santarem-pt 243304200
	Ponte de Alcôrce	Ponte medieval, que integrava o itinerário mais fácil de ligação entre Santarém e Coimbra, passando pela Golegã, Tomar, Pombal e Soure. Entre o século XVI e finais do século XIX, fazia parte da estrada real utilizada por viajantes, alguns chegados a Santarém por via fluvial e que tinham como destino Coimbra.	Rua do Alcorce, 2000-574 Santarém GPS: 39.239968, -8.673939	Descrição: www.cm-santarem.pt/index.php/descobrir-santarem/o-que-visitar/patrimonio/item/1208-ponte-de-alcorce Contactos: geral@cm-santarem-pt 243304200
	Igreja Paroquial de Vale Figueira	Provável ponto de paragem dada a extensão do caminho. O interior de uma só nave, possui cinco altares em talha dourada barroca e belos azulejos decorativos no interior.	Rua 25 de Abril 2000-716 Vale de Figueira GPS: 39.307126, -8.627960	Em obras. Para visita tem de se pedir autorização ao padre que manda uma pessoa abrir.

PDIS TEMÁTICOS COMPLEMENTARES MAIS RELEVANTES ARQUITETÓNICO CULTURAL (máximo 5)	Designação	Breve Descrição	Morada e Coordenadas GPS	Observações
	Catedral (M.N.) e Museu Diocesano	Permite o enquadramento histórico de Santarém. Foi local de palácio real, a chamada alcáçova nova, a partir de meados do século XIII. Na segunda metade do século XVII, a Companhia dos Jesuítas constrói neste local o seu mosteiro e colégio, sendo um dos mais importantes mosteiros representados na então vila de Santarém. Com a expulsão de Portugal dos Jesuítas, dá lugar ao Real Colégio de N ^a Sr ^a da Conceição, mais conhecido como Seminário de Santarém,	Praça Sá da Bandeira 1 2005-135 Santarém GPS: 39.236995, -8.684838	Descrição: www.cm-santarem.pt/descobrir-santarem/o-que-visitar/item/1187-igreja-de-nossa-senhora-da-conceicao-se Contactos: http://diocese-santarem.pt geral@museudiocesanosantarem.pt pt

		que por sua vez viria a dar lugar à Diocese, aquando da sua criação, em 1975. Desde 2014, o Museu Diocesano, possui peças representativas de algumas das suas 111 paróquias, permitindo contar algumas das lendas de Santarém, nomeadamente a do Cristo de Mont'Irás e de Santa Iria.		243 304 065 Horários: Horário de Verão (junho – setembro) 2ª, 4ª, 5ª e sexta 10:00-13:00/14:00-18:00h Sábados e feriados: Domingos e dias Santos: 14:00-19:00 Horário de Inverno (outubro a maio) 10:00-13:00/14:00-18:00h Domingos e dias Santos: 14:00-18:00 ENCERRA à 3ª feira Entrada: 4€/pessoa
Igreja da Misericórdia (M.N.)	A misericórdia de Santarém é uma instituição com mais de 5 séculos de existência, cujo objetivo desde a sua criação é prestar auxílio e assistência aos mais carenciados. Nesse sentido, as várias misericórdias do país tinham geralmente anexa a albergaria, onde se acolhiam peregrinos e viajantes. A primeira sede da misericórdia funcionou no Hospital medieval João Afonso, que corresponde ao local onde atualmente se encontra o Teatro Municipal Sá da Bandeira, e do qual são ainda visíveis vestígios na área da cafetaria.	R. Primeiro de Dezembro 56, 2000-393 Santarém 39.234917, -8.682632	Descrição: www.cm-santarem.pt/index.php/Descobrir-santarem/o-que-visitar/patrimonio/item/1185-igreja-da-misericordia Contactos: www.scms.pt geral@scms.pt 243 305 260 Horários: Quarta a domingo: 09:00-12:30//14:00-17:30 ENCERRA 2ª, 3ª e feriados	
Igreja de Marvila (M.N.)	Atual igreja paroquial, com missa regular aos domingos, possui um importante acervo de azulejos datados da 1ª metade do século XVII, sendo por isso considerada a “catedral do azulejo seiscentista”.	Largo de Marvila, 2000-090 Santarém GPS: 39.235242, -8.681437	Descrição: www.cm-santarem.pt/index.php/Descobrir-santarem/o-que-visitar/patrimonio/item/1186-igreja-de-nossa-senhora-da-assuncao-de-marvila http://diocese-santarem.pt Contactos: http://diocese-santarem.pt diocstr@sapo.pt 243304060 Horários: Quarta a domingo: 10:00-12:30//14:30-17:00 243 325 552//243 304 060 ENCERRA 2ª, 3ª e feriados	
Muralhas Portas do Sol + Urbi Scallabis Centro de Interpretação - USCI	A alcáçova de Santarém, constituía um local estratégico por excelência, dada a própria localização e configuração do terreno. As muralhas reforçavam essa função militar.	Largo do Alcáçova, 2000-110 Santarém GPS: 39.233379, -8.675079	Descrição: www.cm-santarem.pt/index.php/Descobrir-santarem/o-que-	

		O <i>Urbi Scallabis</i> Centro de Interpretação é um local privilegiado para quem quer conhecer a história da cidade. Para além dos vídeos, em português, inglês, espanhol e francês que caracterizam os quatro grandes períodos da história da cidade, desde a pré-história até à contemporaneidade, permite-nos na mesa interativa reconhecer os pontos-chave da cidade, nomeadamente a localização no século XIII da Igreja de Santiago e alguns dos hospitais medievais da cidade		visitar/patrimonio/item/1201-muralhas-das-portas-do-sol www.cm-santarem.pt/descobrir-santarem/o-que-visitar/item/1181-centro-de-interpretacao-urbi-scallabis-usci Contatos: geral@cm-santarem-pt 243304200 Horários: <i>Porta do Sol</i> 9:00h-20:00h outubro a fevereiro 9:00h – 22:00h março a setembro <i>USCI</i> 4ª a domingo 9:00h -12:30h/14:00h – 17:30h ENCERRA 2ª e 3ª e Feriados
	Igreja de Santa Clara (M.N.) + Convento de S. Francisco (M.N.)	Durante o século XIII, Santarém foi um estaleiro de obras, com a construção de vários mosteiros góticos, nos então considerados arrabaldes, ou seja, a parte fora do recinto muralhado. Dos cinco mosteiros construídos nesse período, são atualmente visitáveis a igreja gótica de Santa Clara e o claustro e igreja gótica de S. Francisco.	<i>Igreja de Santa Clara</i> Av. Gago Coutinho Sacadura Cabral 2000-129 Santarém GPS: 39.239949, -8.681823 <i>Convento de S. Francisco</i> Rua 31 de Janeiro 2005-188 Santarém GPS: 39.239011, -8.684513	Igreja de Santa Clara Descrição: www.cm-santarem.pt/descobrir-santarem/o-que-visitar/item/1195-igreja-de-st-clara Contatos: http://diocese-santarem.pt/bensculturaisstr@gmail.com diocstr@sapo.pt 243 304 060 Horários: Visitas com marcação prévia Convento de S. Francisco Descrição: http://www.cm-santarem.pt/descobrir-santarem/o-que-visitar/patrimonio/item/1183-convento-de-s-francisco Contatos: geral@cm-santarem-pt 243304200 Horários: 09:00 - 12:30 14:00 - 17:30 ENCERRA - 2ª., e feriados
	Chafariz das Figueiras (M.N.)	Fonte gótica datada do século XIII, constitui um dos raros exemplares da arquitetura civil desse período, no nosso país. São de referir a importância da água para o peregrino, bem como o carácter medieval da fonte, inserida numa zona frondosa do Vale de Atamarma.	Calçada de Atamarma 29 2000 Santarém GPS: 39.237922, -8.682521	Descrição: www.cm-santarem.pt/descobrir-santarem/o-que-visitar/item/1184-fonte-das-figueiras-vulgarmente-conhecida-por-fonte-mourisca Contatos: geral@cm-santarem-pt 243304200

	Designação	Breve Descrição	Morada e Coordenadas GPS	Observações
PDIS TEMÁTICOS COMPLEMENTARES MAIS RELEVANTES SIMBÓLICO CULTURAL (máximo 5)	Ermida do Milagre e Milagre Eucarístico	Depois de Lanciano, em Itália, este é considerado pela Igreja Católica o maior Milagre Eucarístico. A hóstia consagrada contendo as manchas cristalizadas de sangue está exposta na Igreja do Santíssimo Milagre. A Ermida localizada na Rua das Esteiras, próximo da Igreja, corresponde ao local, onde vivia o casal, e que está diretamente relacionado com o milagre ocorrido em meados do século XIII.	Rua das Esteiras, n.º 22 2000-074 Santarém 39.232556, -8.682162	Descrição: www.cm-santarem.pt/Descobrir-santarem/o-que-visitar/patrimonio/item/1488-ermida-do-milagre Contactos: www.santissimomilagresantarem.pt http://diocese-santarem.pt diocstr@sapo.pt 243329930 Horários: Visita à Ermida sujeita a marcação prévia
	Relíquias do Museu Diocesano e Sé	Santarém foi conhecida não só pelos milagres, ou pelo grande conjunto de mosteiros e ermidas, mas também pela quantidade de relíquias, verdadeiras ou não, que traziam vários peregrinos ou simples curiosos. No século XIII, destacavam-se os ossos de São Simão e São Judas, o Santo Lenho de Vera Cruz, os pelos da barba de São João Baptista e relíquias do sepulcro de São Lázaro. Atualmente, no Museu Diocesano, estão patentes relíquias de diversos Santos, nomeadamente, de S. Frei Gil, frade dominicano, taumaturgo, teólogo e pregador, bem como relíquia do Santo Lenho e da mão de S. Brás.	Praça Sá da Bandeira 26, 2005-155 Santarém 39.237046, -8.685461	Contactos: www.museudiocesanosantarem.pt geral@museudiocesanosantarem.pt 243 304 065
	Padrão de S.ta Iria e Lenda	Na margem do Tejo o padrão de Santa Iria empresta a memória do aparecimento do túmulo de Santa Iria à rainha Santa Isabel. O padrão também utilizado antigamente como ancoradouro e, como local de medição das cheias do Tejo, data do século XVII e a imagem da Santa, data do século XVIII.	Largo António Faustino, Ribeira de Santarém 39.236298, -8.672686	Descrição: www.cm-santarem.pt/Descobrir-santarem/o-que-visitar/item/1410-padro-santa-iria Contactos: geral@cm-santarem-pt 243304200

	Designação	Breve Descrição	Morada e Coordenadas GPS	Observações
PDIS TEMÁTICOS COMPLEMENTARES MAIS RELEVANTES NATURAL	Núcleo ribeirinho das Caneiras	Pequeno povoado com habitações palafíticas que nos leva ao mundo dos avieiros e a um belo passeio pelos campos junto ao Tejo. Esta aldeia tem características muito singulares que decorrem do posicionamento junto ao rio, da forma de integração no sistema ribeirinho e da cultura avieira, revelada nas casas em palafitas, embarcações e pesca.	Santarém 39.191232, -8.685780	Contactos: www.cm-santarem.pt geral@cm-santarem-pt 243304200

(máximo 5)	Núcleo Ribeirinho da Ribeira Santarém	Velho burgo ligado ao tráfego fluvial que, outrora fez de Santarém a Porta do Ribatejo. Casas, ruelas e becos, além de alguns monumentos conferem-lhe atrativo. A paisagem da cidade de Santarém devido às suas características fisiográficas/geomorfológicas e à relação da urbe com o rio Tejo teve uma evolução polinucleada, com importância destacada para este núcleo ribeirinho, o principal na idade média com 7 freguesias, uma delas, a de Santiago.	Santarém 39.237491, -8.673266	Contatos: www.cm-santarem.pt geral@cm-santarem-pt 243304200
	Jardim Miradouro Porta do Sol e paisagem da Lezíria	No extremo nascente do planalto de Santarém desenvolve-se a antiga cidadela da Alcáçova, outrora um planalto isolado. A relação deste planalto com o rio Tejo e sua paisagem da abundância, a lezíria, com elevado valor cénico, fica reconhecida deste jardim que desenvolve junto às muralhas, com esta percepção do posicionamento das povoações ribeirinhas junto aos antigos portos do rio e afluentes.	Largo da Alcáçova 1, 2000-110 Santarém 39.233379, -8.675079	Descrição: www.cm-santarem.pt/index.php/Descobrir-santarém/o-que-visitar/patrimonio/item/1201-muralhas-das-portas-do-sol Contatos: geral@cm-santarem-pt 243304200 Horário: Out-Fev: 9:00-20:00h Mar-Set: 9:00-22:00h

3. RECURSOS SECUNDÁRIOS

	Designação	Breve Descrição e Justificação	Morada e Coordenadas GPS	Observações
OFERTAS DE ALOJAMENTO RELEVANTES PARA OS CAMINHOS DE SANTIAGO	Santarém Hotel****	Unidade de alojamento de quatro estrelas, que reúne excelentes condições de acolhimento a peregrinos, nomeadamente o serviço de refeições nos quartos e no restaurante, e piscina interior aquecida para um merecido relaxamento. Serviço de massagens com reserva antecipada. Capacidade: 105 (4 suites+ 1 suite presidencial) Camas: 210 camas	Av. dos Forcados, 2000-210 Santarém 39.222968, -8.691917	Contatos: www.santarehotel.net https://pt-pt.facebook.com/santarehotel/geral@santarehotel.net 243 330 800
	UMU Hotel ***	Situado a 800 metros do centro da cidade, oferece várias comodidades e serviços que tornam a estadia do peregrino confortável, descontraída e retemperadora. Capacidade: 67 quartos; 117 camas	Av. Bernardo Santareno 38, 2005-177 Santarém 39.241474, -8.693738	Contatos: www.umu.pt/ https://www.facebook.com/HotelUmu/ reservas@umu.pt 243 377 240
	Hotel Vitória***	Localizado nos limites do centro histórico de Santarém, esta renovada unidade proporciona todas as condições de conforto aos seus hóspedes. Capacidade: 19 quartos; 34 camas	Rua 2ª Visconde de Santarém, 19 – 21 2005-365 Santarém 39.232389, -8.688639	Contatos: http://hotelvitoria.com.pt/pt hotelvitoriasantarem@gmail.com 243 309 130

Casa de Alcáçova (TH)	Uma unidade de Turismo de Habitação situada junto às muralhas do antigo castelo e na passagem do Caminho de Santiago. As vistas sobre a paisagem da Lezíria e o rio Tejo, e o charme romântico deste antigo palacete do séc. XVI, justificam uma estadia retemperadora da jornada. Capacidade: 8 quartos; 16 camas	Largo do Alcáçova 3, Portas do Sol, 2000-110 Santarém 39.235325, -8.676237	Contatos: www.alcacova.com/ www.facebook.com/CasaAlcacova slcs@mac.com 243 304 030
N1 Hostel Apartments and Suites (AL)	Instalado junto ao centro histórico de Santarém, é uma moderna unidade de alojamento vocacionada para receber peregrinos e hóspedes com plenas condições de conforto. Referenciado nos Guias do Caminho de Santiago de: J. Brierley, A. Pombo, Gerard Du Camino, Lepére e Pero Negro. Possui serviço de Bike Hotel Capacidade: 8 quartos; 4 apartamentos; 6 suites; 94 camas	Av. dos Combatentes, nº80, 2005-150 Santarém 39.233077, -8.690339	Contatos: www.n1hostelapartments.com/ www.facebook.com/n1hostelapartmentsandsuites info@n1hostelapartments.com 243 350 140 964 274 600
Santarém Hostel (AL)	Situado em pleno centro histórico e junto ao caminho de Santiago e de Fátima, oferece todas as comodidades e condições que proporcionam uma estadia confortável e um repouso garantido a peregrinos e hóspedes. Possui terraço com 600mt2 e local seguro para guardar e lavar bicicletas. Referenciado no Guia do Caminho de Santiago de John Briley e na revista Lonely Planet. Capacidade: 5 quartos duplos; 1 quarto quádruplo; 2 camaratas; 24 camas	Rua Engenheiro Antonio Antunes Júnior 26, 2000-040 Santarém 39.235597, -8.684977	Contatos: http://santaremhostel.blogspot.pt/ https://www.facebook.com/Santar%C3%A9m-Hostel-424875300939252/ santaremhostel@sapo.pt 965 832 702
Casa d'Arrozaria (AL)	Situada em pleno coração da Ribeira de Santarém, este antigo palacete transformado numa unidade de Alojamento Local oferece uma estadia confortável e um repouso garantido, para além de uma localização privilegiada nas proximidades do Rio Tejo, da cidade de Santarém e do Caminho de Santiago. Capacidade: 2 quartos; 5 camas	Rua Lourenço de Almeida, 2000-603 Santarém 39.237776, -8.677003	Contatos: https://pt-pt.facebook.com/alojamentolocal.casadarrozaria/ veraramires.wahnon@gmail.com 932 391 307
Casa das Flores (AL)	Localizada em pleno centro histórico da cidade, trata-se de um apartamento equipado com todas as condições para proporcionar uma confortável estadia. Excelente alternativa a um quarto de hotel. Capacidade: 1 quarto; 1 cama	R. Pedro Canavarro 9, 2000-030 Santarém 39.235888, -8.685031	Contatos: geralcasadasflores@gmail.com 965 612 001

	Tagus Host (AL)	Estabelecimento de hospedagem no centro da cidade, que oferece aos seus hóspedes confortáveis instalações e um atendimento personalizado em ambiente familiar. Capacidade: 5 quartos; 10 camas	Av. D. Afonso Henriques, 79 3º, 2000-179 Santarém 39°13'48.4"N 8°41'15.2"W	Contatos: www.tagushost.pt www.facebook.com/tagushost/ geral@tagushost.pt 243.054.093 / 919830897 / 913 476 949
	Casa de S. Nicolau (AL)	Localizada em pleno centro histórico da cidade, trata-se de um apartamento equipado com todas as condições para proporcionar uma confortável estadia e terraço com esplanada. Excelente alternativa a um quarto de hotel. Capacidade: 2 quartos; 3 camas	Dr. Mendes Pedroso, 27 2000-053 Santarém 39.234546, -8.684324	Contatos: www.facebook.com/Casa-de-SNicolau-AI-48427-1484619938264221/ teresacastelomarques@gmail.com 965.612.001
	A chave é Vossa (AL)	Apartamento localizado na cidade. Oferece todas as comodidades e condições que proporcionam uma estadia confortável. Capacidade: 3 quartos; 4 camas	Rua Florentino Pereira Mota, n.º 27, 2 Dto, Jardim de Baixo 2005-278 Santarém 39.249050, -8.687196	Contatos: expertjust@hotmail.com 961736593
	António Bastos (AL)	Apartamento localizado no centro histórico da cidade e próximo a um dos miradouros mais emblemáticos da cidade. Oferece todas as comodidades e condições que proporcionam uma estadia confortável. Capacidade: 1 quarto; 1 cama + 1 cama extra	Antonio Bastos, 57 2005-193 Santarém 39.240757, -8.682827	Contatos: saomamede29@gmail.com 917265465
	Casa Cunha (AL)	Apartamento localizado na cidade com vistas para um dos espaços verdes da cidade. Oferece todas as comodidades e condições que proporcionam uma estadia confortável. Capacidade: 3 quartos; 5 camas	Rua Prof. Dr. Francisco Luz Rebelo Gonçalves, nº9 - 3º esq. 2001- 173 Santarém 39.241843, -8.691645	Contatos: https://pt-pt.facebook.com/alcasacunhasantar-em/ alcasacunha@gmail.com 919 062 825
	Casa da Ribeira (AL)	Situada na Ribeira de Santarém, esta unidade de alojamento oferece todas as comodidades e condições para uma estadia confortável e um repouso garantido, para além de uma localização privilegiada nas proximidades do Rio Tejo, da cidade de Santarém e junto ao Caminho de Santiago. Capacidade: 2 quartos; 3 camas	Rua do Pocinho, 29 2000-596 Sta Iria da Rib. Santarém 39.237712, -8.674868	Contatos: www.facebook.com/casadaribeirasantarem/ geral@certicasa.pt 243.092.143 916.835.049
	Casa de Marvila (AL)	Apartamento localizado em pleno centro histórico da cidade e junto ao Caminho de S. Tiago. Oferece todas as comodidades e condições que proporcionam uma estadia confortável. Capacidade: 2 quartos; 3 camas	Rua de São Martinho, nº5, 1º 2000-115 Santarém 39.235612, -8.681113	Contatos: www.facebook.com/Casa-de-Marvila-144393989416437/ anaserranho@yahoo.com 917534400 938462122

	Casa do Arco (AL)	Apartamento localizado em pleno centro histórico da cidade e junto ao Caminho de S. Tiago. Oferece todas as comodidades e condições que proporcionam uma estadia confortável. Capacidade:1 quarto; 2 camas	Rua de S. Martinho, 30 2000-115 Santarém 39.235554,-8.680303	Contatos: http://casadoarcosantarem.wixsite.com/alojamento https://pt-pt.facebook.com/casa.arco.santarem/ casadoarcosantarem@gmail.com 919 235 751
	Magalhães House (AL)	Apartamento localizado próximo do centro da cidade. Oferece todas as comodidades e condições que proporcionam uma estadia confortável. Capacidade:1 quarto; 1 cama	Praceta João Caetano Brás, nº7, 2D 2005-517 Santarém 39.238682, -8.698536	Contatos: lucacarma@gmail.com 913157275
	Residencial Beirante (AL)	Localizada à entrada do Centro Histórico. Oferece todas as comodidades e condições que proporcionam uma estadia confortável. Capacidade:32 quartos; ??camas	Rua Alexandre Herculano, 5 2000-149 Santarém 39.238605, -8.687042	Contatos: www.residencialbeirante.com https://pt-pt.facebook.com/residencial.beirante/ geral@residencial.beirante.com 243 322 547 / 243 322 54
	São Francisco (AL)	Localizada no Centro Histórico. Oferece todas as comodidades e condições que proporcionam uma estadia confortável. Capacidade:5 quartos; 5 camas	Rua 31 de Janeiro, nº44 2005-188 Santarém 39.238791, -8.684319	Contatos: gestofield@gmail.com 243 322 816
	Um cantinho em Santarém (AL)	Localizada no Centro Histórico. Oferece todas as comodidades e condições que proporcionam uma estadia confortável. Capacidade:2 quartos; 4 camas + 1 cama + 1 beliche	Av. António dos Santos, 27, 3º Esq. 2000-074 Santarém 39.232200, -8.682487	Contatos: mangonheiro1@hotmail.com 934388281
	Santa Casa da Misericórdia	Um espaço no centro da cidade destinado ao apoio de peregrinos que pernoitam em Santarém e necessitam dos serviços básicos para além da dormida. Capacidade: 4 quartos; 12 camas	Largo Cândido dos Reis 17, 2001-901 Santarém 39.233283, -8.686495	Contatos: http://scms.pt/index.php/pt/inicio/ geral@scms.pt 243 305 260

Anexo E – Municípios atravessados pelo CS a sul do Tejo



Fonte: Entidade Regional de Turismo do Alentejo (2017)

Anexo F – Modelo de Governança proposto pela ERT AR para a gestão do CS

Entidades:

- Turismo de Portugal, enquanto representante do Conselho *Jacobeo*
- Entidades Regionais de Turismo:
 - do Alentejo (e Ribatejo)
 - do Algarve
 - Centro de Portugal
 - da Região de Lisboa
- Comissões Intermunicipais (CIM)
 - CIM Lezíria do Tejo (CIMLT)
 - CIM Baixo Alentejo (CIMBAL)
 - CIM do Alto Alentejano (CIMAA)
 - CIM do Alentejo Litoral (CIMAL)
 - CIM do Alentejo Central (CIMAC)
- Municípios da AI (total de 58 municípios)
- Proteção Civil, Segurança e Infraestruturas de Apoio
- Autoridade Nacional de Proteção Civil (ANPC)
- Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária (ANSR)
- Infraestruturas de Portugal

Anexo G – Inquérito por entrevista exploratória

1. Quais são os fatores que atraem o turismo a Santarém?
2. Quais são os fatores que impedem o desenvolvimento turístico da região?
3. Identifique quais são os destinos concorrentes de Santarém
4. Como é que compara Santarém com os destinos concorrentes Rio Maior, Óbidos, Fátima e Tomar?
5. Como é que caracteriza a procura no território?
6. Como é que caracteriza a qualidade da oferta no território?
7. Considera que a oferta hoteleira existente é suficiente?
8. Como é que avalia o mercado da restauração existente?
9. Como é que caracteriza o mercado dos passeios turísticos e da animação turística?
10. Pode identificar exemplos que demonstrem os dados apresentados?

Anexo H – Sinalética do início do CS a sul do município de Santarém



Anexo I – Sinalética do CS na cidade de Santarém

