

O Turismo em Portalegre: Caracterização da procura e da oferta e perspectivas de desenvolvimento

Carla Melo
Eva Milheiro
Gorete Dinis
Elisabete Rodrigues
Luís Pinheiro
Adelaide Proença
Pedro Bello Moraes

Resumo

Portalegre é uma cidade do interior do país que enfrenta alguns constrangimentos no que concerne ao seu desenvolvimento.

O setor do Turismo surge como uma oportunidade para desenvolver economicamente a cidade, ajudando ao surgimento de novos negócios, à criação de emprego e à fixação da população e atração de novos residentes.

Neste artigo, pretendemos apresentar uma análise em torno do desenvolvimento do turismo nos últimos anos no concelho de Portalegre, expondo dados sobre a procura e oferta turísticas e refletindo sobre o seu potencial de desenvolvimento turístico. Os dados apresentados foram recolhidos no âmbito da elaboração do Plano Operacional de Turismo de Portalegre, desenvolvido durante o ano de 2019 por uma equipa de docentes e investigadores do Instituto Politécnico de Portalegre (IPP) para a Câmara Municipal de Portalegre (CMP).

Página | 77

Palavras-Chave: Turismo, desenvolvimento, procura turística, oferta turística, planeamento, Portalegre

1. Introdução

O turismo é um setor frequentemente apontado como estratégico para o desenvolvimento dos territórios. Desta forma, muitos municípios apostam no turismo e encorajam a sua expansão, por este ser um setor que gera receitas, cria emprego direto, indireto e induzido, estimula o desenvolvimento do setor privado e induz a criação de infraestruturas, contribuindo assim para a dinamização das economias locais, para a melhoria das condições de vida das populações e para a preservação e valorização dos seus produtos endógenos.

Nos últimos anos, o turismo tem-se afirmado em diversos destinos com um crescimento global de chegadas internacionais de 5% em 2018, segundo dados da Organização Mundial de Turismo (OMT)¹. Portugal ascendeu aos 24,1 milhões de hóspedes em 2018 e registou mais de 16 milhões de euros de receitas turísticas (Turismo de Portugal, 2019). A sua importância na

¹ <https://news.un.org/pt/story/2018/08/1635612>, consultado em 22 janeiro 2020.

economia nacional evidencia-se no peso das receitas turísticas no PIB (8,2%), nas exportações globais (18,6%), nas exportações de serviços (51,5%) e de bens (29,2%) (Turismo de Portugal, 2019).

Para crescer de uma forma sustentada, o turismo deverá seguir uma estratégia de desenvolvimento integrada, que privilegie a articulação entre os diversos interlocutores, fator este que se reveste de acrescida importância nos territórios periféricos e/ou de baixa densidade. Esta estratégia deverá também ser articulada com as definidas na esfera nacional e regional, e que visem sobretudo, a criação de condições de contexto favoráveis ao desenvolvimento da iniciativa empresarial privada, fulcral para o desenvolvimento competitivo e sustentado da atividade turística (Cunha, 2017).

O desenvolvimento sustentável do turismo carece, ainda, de uma forte liderança política (Vieira, Rodrigues, Fernandes & Pires, 2016), que garanta, entre outros aspetos, a contínua monitorização dos impactos gerados, a adequada adaptação às condições locais e específicas de cada território, e a maximização dos benefícios potencialmente gerados pela atividade turística.

Neste sentido, a CMP solicitou ao IPP a elaboração de um instrumento de planeamento estratégico e operacional ajustado à realidade do concelho – Plano Operacional de Turismo para Portalegre -, que permitisse uma caracterização exaustiva da procura e oferta turísticas do concelho, a identificação dos principais constrangimentos e oportunidades de desenvolvimento de produtos turísticos estratégicos para Portalegre e a definição de linhas de intervenção.

Neste artigo, pretendemos apresentar alguns dados relativos à procura e oferta turística do concelho, que nos permitirão discutir os principais constrangimentos ao desenvolvimento do turismo e apresentar algumas reflexões em torno de possíveis intervenções que contribuam para o tão desejado crescimento sustentável do turismo em Portalegre.

2. Metodologia

O processo e metodologia de elaboração do Plano Operacional de Turismo de Portalegre atenderam criteriosamente a princípios e orientações técnicas e científicas atualmente disponíveis, que permitem a elaboração de instrumentos de planeamento ajustados à realidade individual e diferenciada de cada destino.

Neste artigo, os dados que se irão apresentar foram retirados do referido Plano.

Os trabalhos do Plano decorreram no período entre fevereiro e agosto de 2019, tendo sido realizadas diversas sessões de trabalho, entrevistas e visitas ao terreno com o objetivo de

recolher informação atualizada e complementar à sistematizada a partir das fontes documentais analisadas.

A caracterização geral do concelho de Portalegre, com dados referentes à demografia, educação, tecido empresarial, entre outros, baseou-se em fontes estatísticas oficiais.

Na componente da procura, recorreu-se a dados de fontes oficiais (INE, PORDATA), bem como a dados respeitantes ao movimento no posto de turismo na CMP. O perfil do visitante foi traçado com base em estudos anteriores, complementados por dados recolhidos através de um questionário aos visitantes, que foi distribuído por vários espaços culturais e estabelecimentos de alojamento.

Na componente da oferta, procedeu-se a um levantamento exaustivo dos recursos turísticos do concelho, à sua avaliação e classificação. Para complementar o trabalho de campo e a pesquisa documental, procedemos à realização de diversas reuniões e entrevistas de carácter institucional, que nos permitiram clarificar diversos aspetos e recolher informação sobre estratégias, projetos e iniciativas previstas com relevância para o Plano, e auscultar as instituições com competências em matéria de turismo. Foi, ainda, analisada informação de natureza estatística recolhida a partir do INE e da PORDATA.

Para complementar os dados relativos à procura turística, elaborou-se um questionário aos visitantes, que foi distribuído pelos espaços culturais e por algumas unidades de alojamento. Obteve-se um total de quarenta e sete questionários que foram analisados recorrendo ao software SPSS, versão 21.

3. Caracterização geral de Portalegre

O concelho de Portalegre localiza-se no distrito com o mesmo nome, na região do Alentejo e sub-região do Alto Alentejo. Ocupa um território de aproximadamente 447,14 km² (INE, 2018a) dividido por sete freguesias (seis de cariz rural e uma de cariz urbano). As sete freguesias são Alagoa, Alegrete, Fortios, Urra, União de Freguesias de Reguengo e S. Julião, União de Freguesias de Ribeira de Nisa e Carreiras e União de Freguesias da Sé e S. Lourenço (esta última correspondente à cidade de Portalegre). O município é limitado a Norte por Castelo de Vide, a Nordeste por Marvão, a Leste por Espanha, a sul por Arronches e Monforte e a Oeste pelo Crato.

No que respeita à dinâmica populacional e demográfica do concelho, verifica-se que Portalegre regista, no período entre 2001 e 2017, uma tendência para a diminuição da população residente, à semelhança do que acontece globalmente, no país e na região do

Alentejo, sendo, contudo, de ressaltar que, comparativamente, o concelho apresenta uma diminuição menos acentuada que a registada na sub-região do Alto Alentejo (-12,70% face a -15,40%), mas mais acentuada que a observada no Alentejo (-12,70% face a -8,30%). Em 2017, residiam no concelho de Portalegre 22.627 indivíduos, correspondentes a cerca de 21% da população total do Alto Alentejo (INE, 2018b).

Analisando a estrutura etária, observa-se uma tendência para o crescente envelhecimento da população e para a diminuição do número de jovens a residir no concelho. Em 2017, a proporção de população residente no concelho de Portalegre com 65 ou mais anos situava-se nos 26,1%, valor ligeiramente abaixo da média sub-regional (27,2%). Relativamente à proporção de jovens com mais de 15 anos a residir no concelho, esta representava, também em 2017, 12,6% da população total, sendo, contudo, de salientar que, entre 2001 e 2017, a variação negativa da população residente foi especialmente elevada no escalão etário ‘15-24 anos’ (-37%) (INE, 2018b).

No que concerne à educação, considerando os dados censitários relativos a 2011 (INE, 2012), a população residente apresenta um nível de escolaridade globalmente superior ao registado pela sub-região Alto Alentejo, e pelo Alentejo, com exceção dos escalões correspondentes ao 1.º e 2.º Ciclo do Ensino Básico (CEB). Especialmente relevante a proporção da população com nível de escolaridade correspondente ao 3.º CEB, Secundário/ Médio e Superior, que apresenta valores ligeiramente superiores aos registados pela sub-região Alto Alentejo e pelo Alentejo. No caso específico do escalão do Ensino Secundário/ Médio, os valores registados em Portalegre são também superiores aos registados para Portugal.

Página | 80

No que respeita ao emprego, de acordo com os dados censitários de 2011 (INE, 2012), a taxa de atividade total (53,0%) e a taxa de emprego total (46,0%), eram superiores à média sub-regional, ao contrário das taxas de atividade e de emprego jovem (32,1% e 18,7%, respetivamente), que se situavam abaixo dos valores registados para o Alto Alentejo. No que respeita à taxa de desemprego total, esta registou um valor inferior ao registado na sub-região (13,2% e 15,7%, respetivamente), enquanto a taxa desemprego jovem (15-24 anos) no concelho de Portalegre se fixou nos 41,8%, valor superior ao registado pelo Alto Alentejo (37,5%).

Relativamente ao tecido empresarial do município de Portalegre, e de acordo com os dados referentes a 2017 (INE), existiam neste concelho 2.803 empresas, o que representava cerca de 22,4% do total de empresas do Alto Alentejo. Maioritariamente, as empresas sediadas no concelho estão ligadas ao setor da “A – Agricultura, Produção Animal, Caça, Floresta e Pesca” (21,7%), ao setor do “G – Comércio por Grosso e a Retalho; Reparação de Veículos Automóveis e Motociclos” (15,5%) e ao setor das “N - Atividades Administrativas e dos Serviços de Apoio”

(10,7%). Apenas 8,7% das empresas estão associadas ao setor do “I - Alojamento, Restauração e similares”, revelando uma menor presença desta tipologia de empresas no concelho de Portalegre, quando comparada com as registadas na sub-região e na região do Alentejo. Se a este último grupo se acrescentarem as empresas registadas na CAE ‘H – Transportes e Armazenagem’, pressupondo a inclusão, neste grupo H, de empresas de transportes com prestação de serviços na área do turismo, a percentagem de empresas associadas à atividade turística ascende a 10,1%, o que pode ser ainda considerado como pouco representativo no conjunto das atividades económicas presentes no concelho.

Para finalizar a caracterização geral de Portalegre, algumas notas sobre o seu posicionamento geoestratégico.

Portalegre localiza-se numa posição privilegiada no eixo Lisboa-Madrid e que simultaneamente beneficia, no contexto transfronteiriço, da proximidade à cidade de Badajoz. Para além disso, Portalegre está integrado em dois corredores com diferentes níveis de acessibilidades e mobilidade. Em termos transversais, o corredor Lisboa – Ponte de Sor – Alter do Chão – Portalegre – Mérida/ Cáceres, e em termos longitudinais, o corredor Castelo Branco – Portalegre – Évora – Beja – Algarve (PROTA, 2010).

Efetivamente, e do ponto de vista turístico, Portalegre tem uma localização favorável, pela proximidade ao aeroporto de Lisboa e à cidade de Évora, principal destino turístico do Alentejo e plataforma potencialmente distribuidora de fluxos turísticos intrarregionais. A proximidade à cidade espanhola de Badajoz é igualmente considerada como favorável ao desenvolvimento turístico do concelho, pela possibilidade de atração de um mercado relevante para o turismo nacional. A título exemplificativo pode referir-se que em 2018, a província de Badajoz tinha uma população residente de 676.376 pessoas (INE Espanha, 2019).

4. A oferta turística

4.1 Recursos turísticos

Os recursos inventariados classificaram-se em cinco categorias: naturais, culturais (monumentais, artísticos e etnográficos, complementares), atividades, equipamentos (culturais, desportivos, equipamentos e serviços turísticos) e infraestruturas.

O processo de inventariação dos recursos turísticos de Portalegre conduziu à identificação de 806 recursos, das categorias referidas. Da análise valorativa efetuada, pode destacar-se a riqueza e quantidade de recursos culturais monumentais, não obstante as condições de visitação nem sempre serem as ideais.

No que concerne ao património natural presente no território, fortemente associado à Serra de São Mamede (Parque Natural), verifica-se que apesar do estado de conservação ser globalmente bom, a sinalização é deficitária, o que pode mais uma vez, fragilizar as condições de visita e fruição do mesmo. A existência de seis percursos pedestres devidamente sinalizados, marcados e com material de apoio impresso e digital é um elemento bastante positivo, contudo, o facto de não existirem, até ao momento, empresas/ associações a operar regularmente estes percursos, fazendo o seu acompanhamento e interpretação constitui uma limitação à exploração turística destes recursos.

A Serra de São Mamede apresenta um elevado potencial para a realização de diversas atividades desportivas, como o *trekking*, o BTT, a escalada, orientação, entre outras, o que associado à sua diversidade paisagística e riqueza faunística permite considerar este recurso como um atrativo relevante para o desenvolvimento turístico do concelho, e passível de ser explorado turisticamente por empresas especializadas em segmentos de mercado muito específicos (por exemplo, o turismo científico e/ou o turismo ativo).

A reduzida presença de empresas de animação turística a operar na região e a necessidade de uma grande articulação com o Instituto de Conservação da Natureza e Florestas (ICNF) e as populações na área do Parque Natural da Serra de S. Mamede (PNSSM) no desenvolvimento das atividades de natureza turística neste território, poderão constituir um desafio, não obstante o potencial identificado.

A gastronomia e vinhos emergem como recursos com elevado potencial, com a oferta de pratos tradicionais em diversos restaurantes e a presença de diversos produtores locais, entre os quais 18 adegas/ produtores de vinhos (embora alguns tenham fechado e/ ou alugado as suas instalações).

No caso específico do Enoturismo, apesar de se reconhecer a existência de algum potencial de desenvolvimento, especialmente derivado da excelente qualidade dos vinhos produzidos nas encostas da Serra de São Mamede, convém referir que dos 18 produtores inicialmente identificados, apenas 8 apresentam, atualmente, condições de visita.

A riqueza da doçaria conventual, a existência de produtos certificados no concelho, bem como de diversos produtores locais (artesanato, doçaria conventual e tradicional, mel, salsicharias, queijarias, azeite, cerveja, licores e *gin*), constitui um recurso de extrema relevância, contudo, é importante referir que, na atualidade, nem todos os produtores possuem a certificação ou estão a comercializar os seus produtos como sendo certificados.

Os horários praticados em alguns dos restaurantes não são os mais adequados aos ritmos e períodos de maior afluência turística, podendo condicionar a experiência do visitante. O

mesmo se verifica em algumas adegas e unidades de produção vitivinícola, sendo que nestes casos as condições de visita são ainda deficitárias no que concerne à exigência de marcação prévia e à inexistência de espaços comerciais/ lojas para venda dos produtos.

Relativamente à oferta de alojamento, verifica-se uma diversidade das tipologias e características dos estabelecimentos hoteleiros presentes no concelho, ainda que maioritariamente se trate de unidades de pequena dimensão.

Relativamente às questões da mobilidade e acessibilidade, e não obstante a existência de infraestruturas e serviços de transportes na cidade, verifica-se que os serviços oferecidos são escassos e pouco regulares (rotas e horários), o que constitui também um constrangimento ao desenvolvimento turístico do concelho.

Por fim, importa ainda referir que a existência de uma Escola de Hotelaria (EHP) e de cursos de formação superior no Instituto Politécnico de Portalegre são garantia de uma crescente qualificação dos profissionais a trabalhar no setor do turismo, podendo eventualmente, contribuir para a atração e fixação de população jovem no concelho.

4.2 Oferta de alojamento

O concelho de Portalegre apresentava, em 2017, um total de 18 estabelecimentos de alojamento turístico, dos quais 3 estavam classificados como estabelecimentos hoteleiros, 5 como alojamentos locais e 10 como empreendimentos de turismo de habitação (TH) e turismo no espaço rural (TER). Verifica-se que, a seguir a Marvão (24) e Elvas (21), Portalegre é o concelho que apresenta o maior número de estabelecimentos de alojamento do Alto Alentejo.

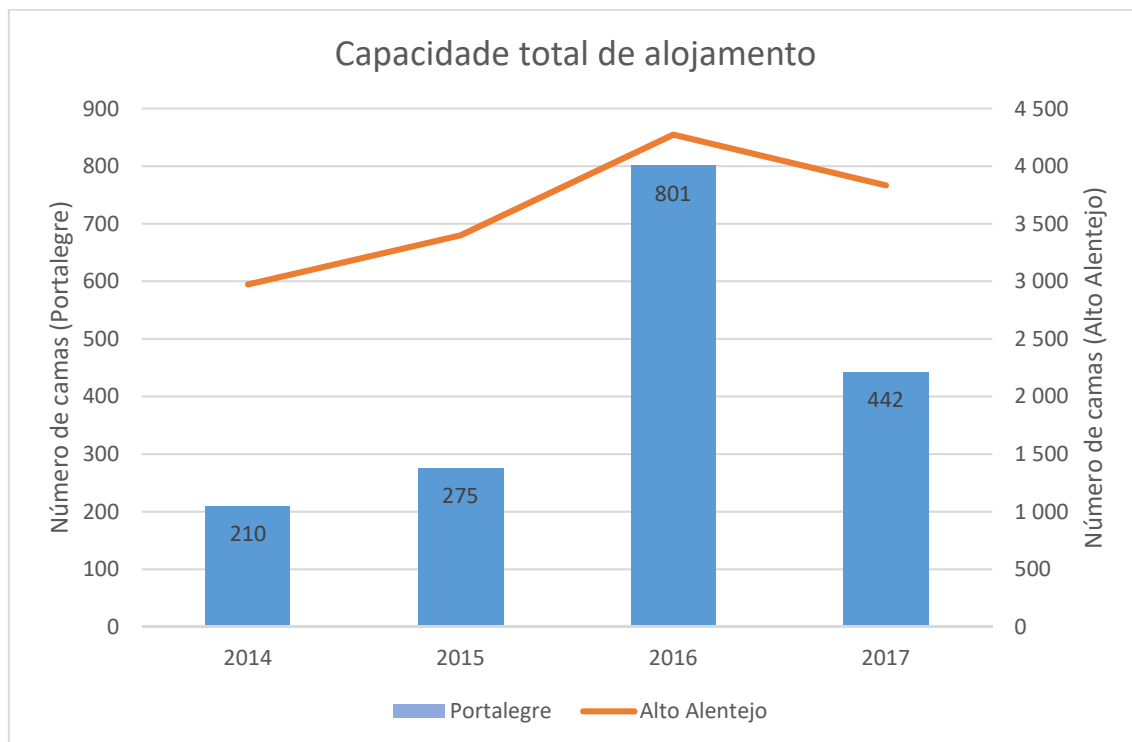
De acordo com os dados do Registo Nacional de Turismo, o número de alojamentos locais em Portalegre é bastante superior ao apontado pelos dados do INE (PORDATA, 2019), tendo-se registado um total de 31 alojamentos locais, dos quais 10 são estabelecimentos de hospedagem, 15 moradias e 6 apartamentos.

Em relação à capacidade de alojamento, o concelho de Portalegre dispunha, em 2017, de um total de 442 camas, distribuídas por diferentes tipologias de alojamento: cerca de 30% na hotelaria, 25% no alojamento local e aproximadamente 46% no TH/TER.

Em termos evolutivos, no período entre 2014 e 2017, apesar do número de estabelecimentos ter aumentado de forma relativamente gradual, a capacidade de alojamento no concelho registou uma evolução relativamente irregular, com períodos de crescimento entre 2014 e 2016, a seguir aos quais se regista, em 2017, uma quebra acentuada. Esta oscilação verifica-se também nos valores registados pela sub-região do Alto Alentejo, como pode ser

observado no gráfico seguinte. Em termos absolutos, o número de camas registou, entre 2014 e 2017, um aumento de 232 camas (Gráfico 1).

Gráfico 1: Capacidade Total de Alojamento, 2014-2017



Fonte: INE – Anuários Estatísticos da Região Alentejo, 2015, 2016, 2017, 2018.

No que diz respeito aos proveitos auferidos pelos alojamentos existentes no concelho de Portalegre, verifica-se, no período entre 2014 e 2017, um crescimento significativo, particularmente quando considerada a variação registada nos últimos dois anos em análise. Entre 2017 e 2016, a taxa de crescimento nos proveitos totais foi de aproximadamente 46%.

Constata-se ainda que os proveitos totais são praticamente semelhantes aos proveitos de aposento, o que significa que os rendimentos obtidos pelos alojamentos se referem quase na totalidade aos valores cobrados pelas dormidas dos hóspedes.

4.3 Restauração

No concelho de Portalegre existem, de acordo com dados fornecidos pela CMP, 73 estabelecimentos de restauração. Destes restaurantes, são apenas 6 os estabelecimentos que estão abertos ao público todos os dias; aproximadamente 36% estão encerrados ao domingo (almoço e jantar), sendo que um deles é apenas durante o mês de agosto, e cerca de 4% estão encerrados no domingo ao jantar (não obstante abrirem à hora do almoço).

Considerando a importância deste tipo de serviços para o desenvolvimento turístico dos destinos, apesar do número de estabelecimentos de restauração existentes em Portalegre ser significativo, os horários que praticam, e em especial, os seus períodos de encerramento, não são os mais adequados à visita de natureza turística, principalmente se esses horários não estiverem devidamente articulados e divulgados, para que os visitantes possam, de forma fácil e rápida, obter essa informação, e assim selecionarem os estabelecimentos que pretendem visitar aquando da sua estadia/ visita a Portalegre.

Esta foi uma das principais observações apresentadas pelos agentes turísticos do concelho, no âmbito das sessões de trabalho e entrevistas realizadas, que consideraram que o encerramento de vários restaurantes e espaços comerciais ao domingo se traduz não apenas numa reduzida oferta de alternativas para quem visita Portalegre, mas também numa menor dinâmica e atratividade global do concelho.

Efetivamente, e de acordo com Neto & Azevedo (2010), *“Os restaurantes e os bares locais influenciam a experiência do visitante e a percepção do destino”*, pelo que a adequação dos horários de funcionamento e a qualificação do serviço, entre outros aspetos, assumem especial relevância, principalmente se considerado o potencial identificado no concelho de Portalegre para o desenvolvimento de produtos e experiências turísticas associadas à gastronomia e aos

4.4 Produtos regionais

O Alentejo é rico em produtos tradicionais, sendo que de acordo com os dados da Direção Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural (DGADR, 2019)² estão registados nesta região 115 produtos tradicionais integrados em diferentes categorias (azeite e azeitona, produtos de salchicharia e fumados, queijos, pratos à base de carne, doces e produtos de pastelaria, entre outros).

Existem em Portugal regimes de qualidade que podem ser atribuídos aos produtos tradicionais, nomeadamente, a Denominação de Origem Protegida (DOP), a Indicação Geográfica Protegida (IGP) e a Especialidade Tradicional Garantida (ETG). No geral, estes regimes de qualidade são indicadores de que o produto é originário desse local ou região e de que possui uma determinada qualidade, reputação ou outras características, que se devem essencial ou exclusivamente ao meio geográfico.

² <https://bit.ly/2GGYPSe>, consultado em 22/07/2019

Relativamente aos produtos DOP, o distrito de Portalegre é área de produção dos Azeites do Norte Alentejano DOP, Queijos de Nisa (concelhos de Nisa, Crato, Castelo de Vide, Marvão, Portalegre, Monforte, Arronches e Alter do Chão), e da Cereja de São Julião - Portalegre DOP, cuja área geográfica de produção está circunscrita apenas aos concelhos de Marvão, Castelo de Vide e Portalegre.

O distrito de Portalegre é também área exclusiva de produção de onze produtos IGP, essencialmente na categoria de carnes e produtos de salsicharia e fumados, e da maçã de Portalegre IGP, cuja produção está circunscrita aos concelhos de Marvão, Castelo de Vide e Portalegre, representando este território a única mancha de produção desta variedade de maçã a Sul do país.

No que concerne aos vinhos, 13 produtores no concelho obtiveram a certificação em 2018. Destes, nove produtores podem comercializar vinho DOC Alentejo e 12 Vinho Regional Alentejano. Destaque ainda para o produtor Altas Quintas Exploração Agrícola e Vinícola, Lda., que obteve certificação também no vinho espumante Alentejano.

Apesar da existência de produtos certificados no distrito de Portalegre, importa referir que, concretamente no concelho de Portalegre, são praticamente inexistentes os agentes económicos que produzem estes produtos.

Página | 86

A falta de espaços comerciais especializados na mostra e venda destes produtos e de outros recursos endógenos, foi outro dos aspetos apontados pelos agentes turísticos auscultados, que referem que muitos dos visitantes de Portalegre demonstram apreciar estes produtos, e questionam com frequência quais os locais onde os podem adquirir.

O contributo dos recursos endógenos e produtos certificados para o desenvolvimento turístico dos territórios é consensualmente reconhecido, pela diferenciação que conferem a cada destino, advinda da sua inequívoca associação à cultura local, hábitos e tradições, e também pelo potencial que encerram para o desenvolvimento de experiências de carácter sensorial, cada vez mais valorizadas pelos turistas. Paralelamente, a valorização e comercialização deste tipo de produtos em contextos turísticos, pode ainda estimular a economia local, suscitar a criação de pequenos negócios, e conseqüentemente, contribuir para o aumento da qualidade de vida das comunidades locais.

4.5 Animação

Relativamente à oferta de animação turística, componente igualmente considerada fundamental para o desenvolvimento do turismo, contribuindo, entre outros, para o aumento

da permanência média dos turistas nos destinos, verifica-se, em Portalegre, uma reduzida presença desta tipologia de empresas. Embora possam existir empresas que realizam atividades de animação no concelho, importa referir que são apenas duas as que estão licenciadas e registadas no Registo Nacional de Empresas de Animação Turística: Carvalho da Urra, S.A. e Silent Walk - Unipessoal, Lda.

4.6 Transportes

O desenvolvimento do concelho de Portalegre enquanto destino turístico apenas será possível se este for acessível aos visitantes. Como tal, é importante conhecer os meios de transporte turístico existentes no concelho e o tipo de serviços que são disponibilizados. Deste modo, de acordo com os dados já apresentados nos pontos relativos ao posicionamento competitivo e geoestratégico do concelho e aos recursos turísticos, o acesso a Portalegre pode ser efetuado através de transportes públicos, via terrestre, nomeadamente de autocarro e de comboio.

Analisando os dados da empresa Rodoviária do Alentejo, que detém uma central de camionagem na cidade de Portalegre, pode constatar-se que existem serviços regulares, com carácter diário, de e para Portalegre com destino/ origem em Lisboa e em Faro. O acesso a Portalegre proveniente de outros destinos é muito limitado, verificando-se que existe um serviço diário com destino ao Porto, contudo, no sentido inverso (Porto - Portalegre) este serviço apenas se realiza à sexta-feira e ao domingo.

Relativamente às ligações rodoviárias, importa ressaltar que existem autocarros que efetuam paragem em Portalegre com destino ao estrangeiro. Este serviço é realizado às terças, quintas e sábados pela empresa Eurolines, sendo que à terça-feira e ao sábado o serviço é direto para Paris, demorando cerca de 24 horas, e à quinta-feira o serviço é realizado via Vilar Formoso, local onde é possível efetuar ligação a inúmeros destinos na Europa. No entanto, devido ao facto de as ligações não serem diretas, à distância, meio e unidade de transporte, o acesso a esses destinos é bastante demorado, não sendo por isso muito utilizado para fins turísticos.

Através dos transportes ferroviários, os passageiros podem deslocar-se diariamente de Portalegre a Badajoz e vice-versa, existindo apenas uma ligação ferroviária por dia. Com a mesma regularidade e frequência também é possível viajar de Portalegre para a estação de Entroncamento, e no sentido inverso, sendo que nesta estação o passageiro poderá depois estabelecer ligação com outros destinos nacionais e internacionais. Ainda no que concerne aos serviços de transporte ferroviário, importa salientar que o terminal ferroviário de Portalegre se

localiza a cerca de 12 km do centro da cidade, o que, como anteriormente referido, constitui um constrangimento à mobilidade dos visitantes.

O acesso ao concelho pode também ser efetuado através de transporte terrestre com recurso a veículo privado ou de aluguer. Relativamente ao aluguer de veículos existem duas empresas em Portalegre, a Europcar e a Guerin. Visto que estas empresas possuem balcões em diversas localidades em Portugal e, no caso da Europcar, também no estrangeiro, o aluguer e a entrega do veículo podem ser realizados em locais distintos, o que poderá facilitar o recurso a este tipo de serviços por parte dos turistas.

4.7 Distribuição turística

No concelho de Portalegre, estão licenciadas quatro agências de viagens e turismo. A Viagens Abreu, S.A. e a Fundação Inatel são lojas de atendimento de grandes agências de viagens nacionais, que se dedicam à venda mas também à organização de viagens; no caso da Fundação Inatel, com especialização no segmento de público Sénior. A agência de viagens Go South - Viagens e Turismo, Lda., é também um operador turístico especializado em viagens *outgoing*, fundamentalmente desenvolvidas em torno do produto “Turismo de Neve”, mas que também organiza viagens *incoming* na região, estruturadas à medida do cliente. Recentemente, foi também constituída a agência de viagens “Rossio Viagens”, generalista, que se dedica sobretudo a viagens *outgoing*.

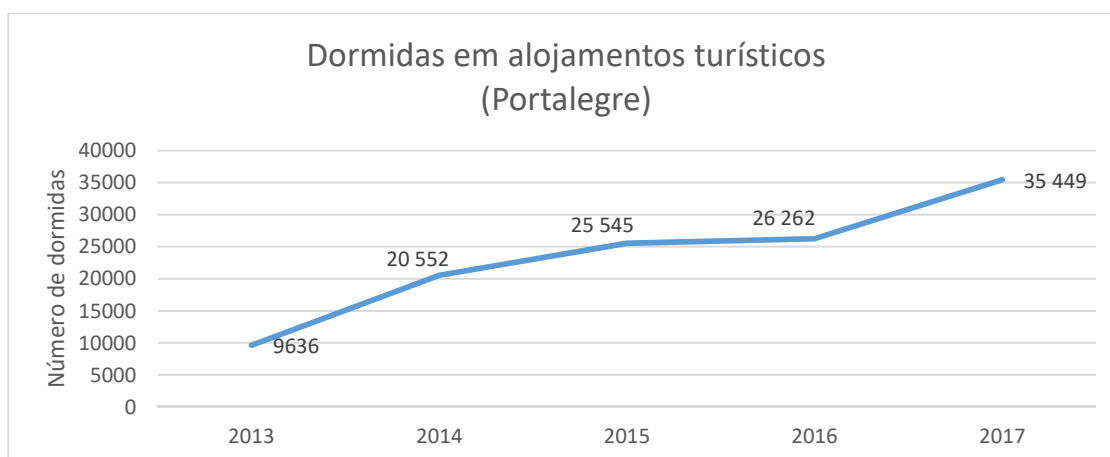
Especialmente relevante para o desenvolvimento turístico dos destinos é a capacidade de colocação dos seus produtos e experiências turísticas nos principais operadores turísticos nacionais e internacionais, tarefa nem sempre fácil, principalmente se considerada a pequena dimensão da maioria das empresas turísticas. As Agências Regionais de Promoção Turística são as organizações que, geralmente, promovem os destinos turísticos junto dos operadores internacionais, através da realização de ações promocionais no estrangeiro, participação em feiras, organização de viagens de reconhecimento e familiarização (*fam trips*), tarefa que é, no território em análise, desenvolvida pela Agência Regional de Promoção Turística do Alentejo (ARPTA). Contudo, e de acordo com a sua missão, esta Agência dedica-se à promoção global do destino Alentejo, e não especificamente à promoção de cada um dos concelhos que a integra. Este facto não invalida, contudo, que à escala local, se desenvolvam esforços de articulação entre os vários agentes turísticos, no sentido de, coletivamente, difundirem os seus produtos e serviços, e mais facilmente atraírem a atenção dos grandes operadores internacionais.

Fundamental, nesse contexto, é a estruturação de produtos (programas) turísticos adequados aos principais mercados.

5. A procura turística

Em Portalegre, a procura pelos alojamentos turísticos, atingiu o valor recorde de 35.449 dormidas em 2017, seguindo uma trajetória positiva de crescimento que vinha a acentuar-se desde 2013. Comparando o número de dormidas de 2013 e de 2017, verifica-se um aumento substancial de cerca de 267,9%. (Gráfico 2)

Gráfico 2: Dormidas em alojamentos turísticos, 2013-2017



Fonte: INE - Inquérito à Permanência de Hóspedes na Hotelaria e outros Alojamentos; Fonte: PORDATA; última atualização: 2019-03-04

No período 2014-2017, o Alentejo e, em especial, o Alto Alentejo, registaram tendências de crescimento relativamente acentuadas. As dormidas na região têm vindo a aumentar, sendo que, em 2017, as dormidas em Portalegre representaram 10,2% das dormidas do Alto Alentejo e 1,4 % das dormidas do Alentejo.

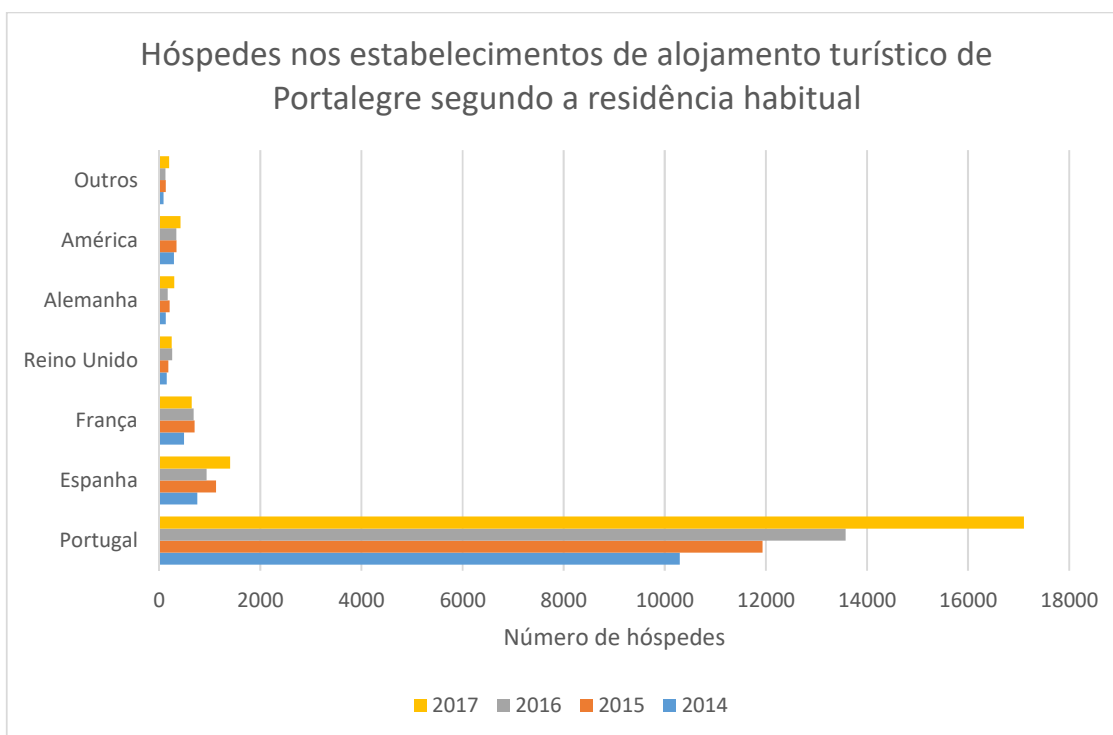
No que concerne à estada média, no período entre 2014 e 2017, verifica-se, globalmente, uma tendência para a estabilização dos valores registados nos diversos territórios geográficos analisados, com exceção de Portugal, em que o valor diminuiu de 2,8 para 2,7 noites. Em Portalegre, a estada média registou, neste período, uma ligeira subida, passando de 1,5 noites em 2014, para 1,6 noites em 2017. A mesma tendência de crescimento é registada na sub-região do Alto Alentejo, passando o valor da estada média de 1,6 noites em 2014 para 1,7 noites em 2017. Na região do Alentejo a estada média manteve-se constante ao longo do período em análise (1,8 noites). Ainda que a estada média registada em Portalegre seja ligeiramente inferior

à registada no Alto Alentejo e no Alentejo, é de salientar o crescimento registado no período em análise.

Analisando a evolução da taxa de ocupação-cama nos estabelecimentos hoteleiros, entre 2014 e 2017, verifica-se que a mesma registou algumas oscilações, atingindo, na maior parte das áreas geográficas consideradas, o valor mais elevado em 2017. A exceção é precisamente Portalegre, em que o valor da taxa de ocupação-cama registado em 2017 é inferior ao registado em 2014 e 2015. Comparativamente, em 2017, as taxas de ocupação-cama observadas no Alto Alentejo e em Portalegre são muito semelhantes, cifrando-se em 26,8% e 26,5%, respetivamente.

Considerando o país de residência dos hóspedes que pernoveram nos alojamentos turísticos de Portalegre, no período em estudo, Portugal, Espanha e França foram os mercados que mais se destacaram (Gráfico 3).

Gráfico 3: Hóspedes nos estabelecimentos turísticos, 2014-2017



Fonte: INE (2018, 2017, 2016, 2015), Anuário Estatístico da Região do Alentejo

No que concerne à proporção de hóspedes estrangeiros, no período entre 2014 e 2017, verifica-se, em Portalegre, uma diminuição do valor registado por este indicador, o que traduz um menor peso relativo dos hóspedes estrangeiros no total de hóspedes registados. No Alto Alentejo e no Alentejo a tendência foi inversa, registando-se, em ambos os casos e no período considerado, um aumento da proporção de hóspedes estrangeiros.

No contexto da sub-região do Alto Alentejo, e avaliando a evolução da procura turística em função do número de hóspedes registados nos estabelecimentos hoteleiros, verifica-se que Portalegre é o 5º concelho, em 2017, com maior procura turística, sendo ainda evidente o crescimento registado entre 2013 e 2017. Os restantes concelhos são Elvas, que lidera este *ranking*, Ponte de Sor, Marvão e Castelo de Vide.

6. Perfil do visitante

Para complementar os dados relativos à procura turística, elaborou-se um questionário aos visitantes³, que foi distribuído pelos espaços culturais e por algumas unidades de alojamento. Obteve-se um total de quarenta e sete questionários tendo-se considerado válidos quarenta e quatro. Ainda que se trate de uma amostra relativamente reduzida, os dados obtidos no processo de inquirição permitem reforçar alguns dos elementos de análise obtidos a partir de outras fontes, nomeadamente, da reflexão estabelecida em sede das reuniões e entrevistas realizadas.

A distribuição dos inquiridos revela que a maioria é do sexo feminino (61%). As idades dos visitantes variam entre os 22 e 84 anos, com uma idade média de 51 anos aproximadamente, o que indica uma aproximação à média de idades do visitante do Alentejo⁴.

Pouco mais de metade dos inquiridos residem em Portugal (53,5%). Dos países estrangeiros destaca-se Espanha com um maior número de visitantes.

Dos residentes em Portugal o concelho com maior proveniência é Lisboa, seguido do Porto.

Em termos de habilitações literárias verifica-se que a maioria dos visitantes possui pelo menos o Ensino Secundário.

Observa-se que mais de metade dos visitantes exerce uma profissão (54,5%) e que uma percentagem significativa são reformados (31,8%).

Os agregados familiares dos visitantes do concelho de Portalegre auferem na sua maioria um rendimento mensal entre os 1001 e os 4000€ (83,3%).

Para a maioria dos inquiridos (73%), Portalegre é um entre outros destinos a visitar.

³ Este inquérito foi desenvolvido no âmbito da elaboração do POTUP 2030, a partir do modelo utilizado pelo Observatório de Turismo do Alentejo. Atendendo ao horizonte temporal definido para a elaboração do Plano, aplicou-se o inquérito durante um curto período de tempo (março a junho de 2019). Optou-se pelo tipo de amostragem não probabilística, por conveniência, possibilitando assim o envolvimento de alguns alunos do IPP a estagiar em alguns dos locais de aplicação do inquérito.

⁴ Comparação com os dados obtidos no questionário aplicado em 2013 no âmbito do Projeto Observatórios Regional de Turismo do Alentejo.

Dos destinos identificados pelos inquiridos como outros locais a visitar, destacam-se Marvão, Castelo de Vide e Évora. Este elemento permite inferir que o desenvolvimento de produtos turísticos em articulação com os concelhos de Marvão e Castelo de Vide poderá traduzir-se num efetivo ganho de escala e visibilidade externa, e/ ou que é necessário identificar estratégias de captação dos fluxos turísticos já existentes na envolvente territorial de proximidade.

A quase totalidade dos inquiridos classifica a sua visita como 'Lazer/Recreio/Férias'. Outras razões também referidas, para além das especificadas no questionário, são "Gosto pela História e património", "Cultura", "Desporto" e "Pintar/desenhar".

Como atrações preferidas para a sua visita, os inquiridos já visitaram ou planeiam visitar o Museu da Tapeçaria, a Casa Museu José Régio e a Sé. A relevância do Museu da Tapeçaria e da Casa Museu José Régio, no quadro das atividades apontadas pelos inquiridos como visitas preferenciais aquando da sua estada em Portalegre, permitem reforçar a importância destes dois recursos para o desenvolvimento turístico do concelho, não apenas através da valorização da experiência de visita a estes espaços, mas também através do reforço destes ícones como elementos identitários do território e que poderão contribuir para o posicionamento competitivo de Portalegre.

Página | 92

Os 'recursos culturais e históricos' bem como a 'paisagem e a natureza' são os atributos mais valorizados pelos inquiridos no momento da escolha de Portalegre como destino turístico. Estes são também os recursos/ atributos que, no âmbito da inventariação realizada, se apresentam como os mais relevantes e/ou com maior atratividade turística (efetiva e potencial).

Globalmente os inquiridos estão 'Muito satisfeitos' ou 'Extremamente satisfeitos' com Portalegre como destino turístico. Este é um aspeto de extrema relevância, principalmente quando considerados os aspetos específicos mais valorizados pelos visitantes.

Os aspetos mais valorizados pelos inquiridos durante a sua visita foram as 'Pessoas', 'Comida/gastronomia' e a 'Paisagem'.

A maior parte dos visitantes tenciona voltar e/ou recomendar Portalegre como destino turístico, sendo de salientar que não existe nenhum que não tencione voltar. Este elemento é igualmente de extrema relevância, principalmente, se considerada a atual dificuldade que os destinos turísticos sentem na fidelização dos seus visitantes.

De uma forma global os visitantes revelam estar satisfeitos com atributos como: hospitalidade, limpeza, segurança, conhecer as tradições locais, experimentar a gastronomia, experimentar os vinhos, património natural e paisagístico, património e museus, alojamento, restaurantes, tranquilidade, clima, preços, autenticidade, entre outros.

Com alguma percentagem de insatisfação encontram-se os seguintes atributos: informação ao turista, parques de estacionamento, animação/ vida noturna e facilidade de comunicação (línguas estrangeiras).

Dos inquiridos a maior parte viaja com o 'Esposo(a) /companheiro(a)', seguindo-se os que viajam com a família e/ou amigos. Menos comum são os visitantes em grupo/ excursão.

Para a maior parte dos visitantes que responderam a este questionário esta era a sua primeira visita a Portalegre.

O meio de transporte mais utilizado pelos inquiridos foi a viatura própria, o que reforça a necessidade de intervenção em algumas das matérias já sinalizadas como potencialmente negativas em termos de atratividade turística, nomeadamente, a falta de sinalética de acesso a alguns recursos turísticos, e a disponibilização de informação atualizada, sistematizada e de fácil acesso, sobre recursos, equipamentos e atividades turísticas do concelho.

Para planear a sua viagem os inquiridos privilegiaram o recurso a motores de pesquisa, guias de viagem e redes sociais. Esta é aliás uma tendência generalizada do comportamento da maior parte dos turistas, e que reforça a necessidade de uma presença ativa, estratégica e articulada, dos diversos agentes turísticos (públicos e privados) nas plataformas digitais e nas redes sociais.

Os visitantes que responderam ao presente questionário estavam na sua maioria alojados em Portalegre.

Quando questionados sobre o número de noites que iriam ficar em Portalegre, a maior parte dos inquiridos que responderam à questão, referem que ficariam até três noites.

7. Perspetivas de desenvolvimento – constrangimentos e oportunidades

Após o diagnóstico efetuado e brevemente apresentado nos pontos anteriores, afigura-se-nos fazer uma reflexão sobre as perspetivas de desenvolvimento turístico de Portalegre, para a qual foi decisiva a auscultação de opiniões, nomeadamente junto dos agentes do setor a operar no território.

Uma das principais fragilidades do concelho, e que poderá ter consequências no seu desenvolvimento, prende-se com a existência de uma população residente tendencialmente envelhecida que poderá, para além de outros efeitos, contribuir para uma menor atratividade turística do concelho, traduzida, eventualmente, por uma menor dinâmica em áreas como a animação cultural, a disponibilidade de recursos humanos qualificados e o empreendedorismo jovem. De acordo com Dwyer (2010), um dos principais investigadores mundiais sobre a

temática, a estrutura demográfica enquadra-se no conjunto de situações de contexto que podem efetivamente influenciar a atratividade de um destino turístico. Apesar de o conceito de atratividade ser relativamente ambíguo e integrar diversas dimensões, elementos direta e indiretamente associados à estrutura etária da população residente, como a ‘atmosfera do destino’ (Coelho, 2016) a ‘vida noturna’ (Gartner, 1989), e o ‘entretenimento’ (Kim, 1998) são frequentemente apontados como elementos influenciadores da atratividade dos destinos turísticos.

Os transportes são outra debilidade a apontar e que comprometem a acessibilidade do destino e que condicionam muitos dos visitantes a ter de usar o seu carro próprio, o que é agravado por uma perceção negativa face à informação e sinalização turísticas.

A acessibilidade de um destino também se afere pela facilidade (ou não) com que o turista acede à informação. Neste sentido, importa melhorar a presença de Portalegre nas plataformas digitais e redes sociais.

A reduzida oferta de espaços comerciais, principalmente aqueles que comercializam produtos locais, aliada aos horários praticados pela restauração, condiciona a experiência do visitante em aspetos fundamentais para a autenticidade e atratividade do destino.

Os recursos turísticos são ricos e variados, mas, em alguns casos, carecem de sinalização adequada e condições de visita mais apelativas. A reduzida oferta de produtos estruturados e orientados para públicos específicos é outro dos aspetos que urge melhorar.

Por outro lado, os recursos existentes no território (desde o património aos vinhos e à gastronomia) apresentam-se como uma oportunidade para criar novas experiências sensoriais, gastronómicas, culturais e criativas, sob a marca Portalegre que, inserida numa marca mais vasta e reconhecida (Alentejo) poderá propiciar o crescimento em diversos mercados.

Importa, porém, aumentar o número de empresas de animação turística a operar no concelho e continuar a melhorar a formação dos trabalhadores do setor, para o que poderão contribuir as instituições de ensino presentes no concelho (IPP e EHP), com as suas formações nas áreas do turismo, gestão, hotelaria, comunicação, design e outras.

De destacar, ainda, a inserção territorial, a proximidade a *hubs* de transportes e a mercados turísticos e polos de atração relevantes no contexto regional (Badajoz, Évora e Lisboa) e a recente evolução turística em concelhos vizinhos (nomeadamente Marvão e Castelo de Vide), que poderão alavancar fluxos complementares.

8. Conclusão

Pelo exposto, verificamos que Portalegre é um território que, não obstante as suas fragilidades, possui um interessante potencial de desenvolvimento turístico principalmente em torno de dois produtos turísticos: o turismo cultural e o turismo de natureza. Estes são os produtos turísticos face aos quais o concelho detém vantagens competitivas, quer pela presença de recursos quer pela sua associação identitária ao território, reconhecida quer pelos seus habitantes, quer pelos seus agentes e visitantes.

Porém, é necessário aumentar a atratividade e competitividade turística do destino, favorecendo um posicionamento mais relevante do concelho no contexto regional e sub-regional. Para atingir este objetivo, é fundamental dinamizar e valorizar os recursos turísticos presentes no território, em especial aqueles que encerram um maior potencial de diferenciação turística, e que traduzem a identidade do concelho de Portalegre.

Para além do investimento na criação de experiências e programas turísticos que representem uma proposta de valor diferenciada para os turistas, deverá também apostar-se numa intervenção integrada em matéria de comunicação e promoção, não apenas relativas à dimensão turística do território, mas à dinâmica global do concelho, de forma a torná-lo mais visível nos principais mercados.

Página | 95

A qualificação da oferta turística existente é outro aspeto crucial, em particular no que respeita às condições de visita e fruição dos espaços e equipamentos turísticos implantados no território, o que passa por estruturar produtos turísticos integrados, suportados pelo trabalho em rede e articulação entre os diversos atores locais e regionais, e que permitam responder às atuais motivações e expectativas dos turistas e visitantes.

A criação e/ou consolidação de redes assume-se claramente como uma área de intervenção primordial, e em que o executivo camarário poderá contribuir significativamente, favorecendo a criação de espaços e plataformas de partilha e de reflexão coletiva, a partir dos quais seja facilitada a formalização de parcerias em torno da estruturação de uma oferta turística mais atrativa.

Efetivamente, e enquanto processo de planeamento turístico integrado, a elaboração do Plano Operacional de Turismo de Portalegre poderá consubstanciar um primeiro passo no reforço das ligações institucionais, formais e informais, entre os diversos agentes turísticos do concelho, que importa prolongar no tempo.

Reforçar os valores identitários, através de uma abordagem de co-construção que envolva a comunidade local e que possa também contribuir para o aumento da sua qualidade de vida e satisfação é outro aspeto que não deverá ser descurado.

As populações locais, enquanto potenciais beneficiárias dos efeitos positivos do desenvolvimento turístico dos territórios, são aquelas que mais diretamente podem contribuir para a gestão informal desse mesmo desenvolvimento, balizando as propostas que melhor servem os seus interesses, sendo para o efeito necessário estimular a sua participação ativa nos processos de decisão e na dinamização da oferta turística local. Paralelamente, as populações são também quem mais diretamente sente os efeitos eventualmente negativos do turismo, pelo que também nessa perspetiva é crucial que sejam auscultadas as suas necessidades e expectativas.

Por fim, de ressaltar a importância da dinamização de projetos e iniciativas que possam contribuir para a capacitação dos agentes locais, seja através da promoção de ações de formação, seja através da criação de plataformas de partilha de informação e conhecimento que, cumulativamente, permitam dotar os diversos agentes locais ligados ao turismo de melhores condições para o desenvolvimento e sucesso dos seus negócios e organizações.

Referências bibliográficas

Coelho, M., Gosling, M., Berbel, G. (2016). Atratividade do destino turístico: a perceção dos atores locais de Ouro Preto, MG, Brasil. *Revista PASOS*, Vol. 14, n.º 4, pp. 929-947.

Cunha, L. (2017). *Turismo e Desenvolvimento: Realidades e Perspetiva*. Capítulo 3: Turismo e Desenvolvimento Regional e Local, pp. 103-158. Edições Lidel, Portugal.

Dwyer, L. (2010). Destination Competitiveness: an overview of some issues. Comunicação apresentada na Conferência Internacional "Tourism Competitiveness on Mature Destinations: An Empirical Approach", Faro.

Gartner, W. (1989). Tourism Image: Attribute Measurement of State Tourism Products using Multidimensional Scaling Techniques. *Journal of Travel Research*, Vol. 28 (2), pp. 16-20.

Instituto Nacional de Estatística (2014). *Anuário Estatístico da Região Alentejo 2013*. Lisboa: INE.

Instituto Nacional de Estatística (2015). *Anuário Estatístico da Região Alentejo 2014*. Lisboa: INE.

Instituto Nacional de Estatística (2016). *Anuário Estatístico da Região Alentejo 2015*. Lisboa: INE.

Instituto Nacional de Estatística (2017). *Anuário Estatístico da Região Alentejo 2016*. Lisboa: INE.

Instituto Nacional de Estatística (2018). *Anuário Estatístico da Região Alentejo 2017*. Lisboa: INE.

Instituto Nacional de Estatística. (2012). *XV Recenseamento Geral da População*. INE, Portugal.

Instituto Nacional de Estatística. (2018a). *Anuário Estatístico da Região Alentejo 2017*. INE, Portugal.

Instituto Nacional de Estatística. (2018b). *Estimativas Anuais da População Residente*. INE, Portugal.

Kim, H. (1998). Perceived attractiveness of Korean destinations. *Annals of Tourism Research*, Vol. 25, n.º 2, pp. 340- 361.

Neto, E., Azevedo, M. (2010). Turismo, imagem territorial e gastronomia: o valor simbólico da comida na atratividade de destinos turísticos brasileiros. *Revista Académica do Observatório de Inovação do Turismo*, Volume V, n.o 2, p. 2.

Pordata (2014-2017). *Base de Dados de Portugal*. Disponível em www.pordata.pt" www.pordata.pt. Acedido em maio de 2018.

PROTA (2010). Resolução do Conselho de Ministros N.º 53, de 2 de agosto de 2010. Diário da República N.º 148 – 1.ª Série. Conselho de Ministros, Lisboa, Portugal.

Turismo de Portugal. (2019). *Turismo em Portugal 2018*. Travel BI. Lisboa: Turismo de Portugal.

Vieira, I., Rodrigues, A., Fernandes, D., Pires, C. (2016). The role of local government management of tourism in fostering residents' support to sustainable tourism development: evidence from a Portuguese historic town. *International Journal of Tourism Policy*, Vol. 6, N.º 2, pp. 109-135.

Notas sobre os autores:

Carla Melo

carlamelo@esht.ipp.pt

Licenciada em Gestão e Planeamento em Turismo, Mestre em Gestão de Informação, Especialista em Turismo e doutoranda em Turismo na Tilburg School of Social and Behavioral Sciences, Tilburg University, Netherlands. Desempenhou funções docentes em diversas instituições de ensino superior tendo também sido consultora coordenadora da Quaternaire Portugal, SA. Atualmente, desempenha funções docentes na Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Instituto Politécnico do Porto, assumindo ainda a participação em projetos de investigação/ transferência de conhecimentos promovidos por este Instituto.

Eva Milheiro

eva@ipportalegre.pt

ORCID: 0000-0002-0436-8086

CiêncialD: A01B-6A92-4E8E

Professora Adjunta no Instituto Politécnico de Portalegre, área do Turismo. Investigadora colaboradora no Valoriza (IPP); CITUR (Polo Algarve) e GOVCOPP (UA).

Gorete Dinis

gdinis@ipportalegre.pt

ORCID: 0000-0002-5484-022X

Doutorada em Turismo, Mestre em Inovação, Planeamento e Políticas de Desenvolvimento e Licenciada em Gestão e Planeamento em Turismo pela Universidade de Aveiro. É professora adjunta e coordenadora do CTeSP em Turismo e Informação Turística na Escola Superior de Educação e Ciências Sociais/Instituto Politécnico de Portalegre, e membro das Unidades de Investigação GOVCOPP e CITUR Algarve. É professora adjunta e coordenadora do CTeSP em Turismo e Informação Turística na Escola Superior de Educação e Ciências Sociais/Instituto Politécnico de Portalegre, e membro das Unidades de Investigação GOVCOPP e CITUR Algarve.

Elisabete Rodrigues

elisabete.rodrigues@ipportalegre.pt

Doutorada em «Novos Recursos e Sustentabilidade em Turismo» (Universidade de Salamanca), Mestre em «Cultura e Literatura Anglo-americanas» (Universidade da Madeira) e Licenciada em «Informação Turística» (Instituto Superior de Novas Profissões). É Professora-Adjunta, Coordenadora da Licenciatura em Turismo e membro do Conselho Técnico Científico da Escola Superior de Educação e Ciências Sociais do Instituto Politécnico de Portalegre. Tem publicações na área do Turismo e da Cultura. Investigadora colaboradora no CITUR (Polo Algarve).
Filiação IES: Instituto Politécnico de Portalegre

Luís Pinheiro

lpinheiro@ipportalegre.pt

Mestre em Mestre em Educação e Comunicação Multimédia pela Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Santarém. Membro do Gabinete de Ensino a Distância, do Núcleo de Formação e Inovação Pedagógica e do Grupo de Melhoria Contínua dos Serviços de Informática do Instituto Politécnico de Portalegre. Membro da equipa do projeto BE Aware Student [BEAST]. Responsável por lecionar as Unidades Curriculares Edição Eletrónica, Oficina de Ciberjornalismo, Comunicação Multimédia e Narrativas Digitais, Aplicações dinâmicas para a internet e Sistemas de Gestão de Conteúdos.

Adelaide Proença

adelaideproenca@ipportalegre.pt

Doutora em Ciências da Educação, Mestre em Probabilidades e Estatística e licenciada em Matemática Aplicada às Ciências Atuariais. Integra, atualmente, o Departamento de Educação e Formação da Escola Superior de Educação e Ciências Sociais e o centro de investigação 'Valoriza' do Instituto Politécnico de Portalegre. O tratamento e análise estatística de dados assume especial relevância na sua atividade profissional, quer em termos de docência quer em termos de colaboração em diversos trabalhos de investigação.

Pedro Moraes

pedro.moraes@ipportalegre.pt

Página | 99

Licenciado em Turismo e Termalismo, Pós-Graduado em Economia, Gestão do Turismo e Direção Hoteleira. Desempenhou funções na Sporski (2007-2012), operador turístico, especializando-se em destinos relacionados com desportos de Inverno. Dirige a Quinta dos Ribeiros, agroturismo no Alto Alentejo, desde setembro de 2014 e a Go South Viagens e Turismo desde junho do mesmo ano. Desempenha também funções docentes no Instituto Politécnico de Portalegre e integrou recentemente a equipa responsável pelo desenvolvimento do Plano Operacional de Turismo de Portalegre.