

Escola Superior de Gestão de Tomar

# **A Sazonalidade da Procura Turística na Hotelaria em Tomar**

Dissertação de Mestrado

**Patrícia Alexandra Pereira Nunes**

Mestrado em Gestão

Tomar, outubro, 2021



Escola Superior de Gestão de Tomar

# **A Sazonalidade da Procura Turística na Hotelaria em Tomar**

Dissertação de Mestrado

**Patrícia Alexandra Pereira Nunes**

Orientada por:

Professora Doutora Eunice Ferreira Ramos Lopes, Instituto Politécnico de Tomar

Coorientada por:

Professor Doutor Rúben Joaquim Pinto Loureiro, Instituto Politécnico de Tomar

2021

*Dissertação apresentada ao Instituto Politécnico de Tomar para  
cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau  
de Mestre*

*À minha avó, Irene Maria Lopes.  
Porque mais do que por mim, foi por ela!*



*Esta página foi propositadamente deixada em branco.*

## Resumo

---

A sazonalidade afeta o setor do turismo e da hotelaria em todo o território nacional, no entanto, algumas regiões sofrem mais com a sazonalidade do que outras, como as regiões centro e interior do país.

Este fator influencia o setor do turismo negativamente fazendo com que exista decréscimos na ordem dos 50% na época baixa, entre outubro e março, mas é importante salientar que a sazonalidade também pode ser positiva em certas alturas do ano, como na Páscoa ou no Natal (Murphy, 1985).

A sazonalidade pode ser dividida em três tipos: a natural, influenciada pelas Estações do ano; a institucional, regendo-se pelas férias e orientações do calendário e a comportamental, tendo em conta questões pessoais e profissionais (Butler & Mao, 1996) e as suas consequências podem ser divididas em três categorias: económicas, sociais e ambientais (Cannas, 2012). É urgente elaborar estratégias que combatam a sazonalidade e que ajudem o setor a sobreviver à época baixa, por vezes tão rigorosa que alguns estabelecimentos hoteleiros encerram e só reabrem quando recomeça a época alta, entre abril e setembro (Martins, 2010).

Neves, Cruz & Correa (2007) afirmam que a diversificação da oferta turística e o desenvolvimento de novos produtos pode afetar a sazonalidade de uma forma positiva.

Com o objetivo de analisar a sazonalidade da procura turística no mercado hoteleiro, este estudo tem como objetivo principal compreender como o fator da sazonalidade afeta as unidades hoteleiras de um destino. É importante comparar os números de ocupação da época baixa com os da época alta. Nesse sentido, o destino turístico estudado caracteriza-se com particular ênfase na estrutura da procura e sazonalidade. O espaço geográfico escolhido para esta pesquisa é uma cidade da região Centro de Portugal.

Para atingir os objetivos propostos neste trabalho, optou-se por uma metodologia de revisão bibliográfica sobre o tema e discussão dos autores que o abordaram e, também, de recolha de dados, por meio de análise quantitativa nas unidades hoteleiras do destino a serem consideradas como um estudo de caso.

Esta dissertação pretende apresentar resultados relevantes para a compreensão do impacto da sazonalidade no desenvolvimento do turismo e para o alcance do objetivo de diminuir os seus efeitos nas unidades hoteleiras da cidade de Tomar.

Observaram-se algumas limitações, nomeadamente uma deficitária colaboração por parte das unidades hoteleiras para responder aos questionários e às entrevistas.

Os resultados concluem que o impacto da sazonalidade nos empreendimentos turísticos do município de Tomar é bastante elevado, situando-se em torno de 75% na época baixa, fazendo com que alguns dos empreendimentos turísticos encerrem nos meses de inverno, ou funcionem apenas parcialmente ou em alturas específicas da semana, como feriados e fins de semana prolongados.

Alguns desses empreendimentos, principalmente os que se encontram localizados dentro da cidade, optam por apresentar promoções aos turistas que as visitam na baixa temporada, enquanto que os restantes, que se encontram localizados na zona rural, optam por outras atividades para ultrapassar a quebra da época baixa, como reuniões de negócios, retiros empresariais ou atividades ligadas à agricultura, no caso dos empreendimentos de turismo em espaço rural.

**Palavras-chave:** Sazonalidade, Hotelaria, Turismo, Gestão Estratégica

## Abstract

---

Seasonality affects the tourism and hospitality sector throughout the national territory, However, some regions suffer more from seasonality than others, such as the central and inland regions of the country.

This factor influences the tourism sector negatively, causing a decrease of around 50% in the low season, between October and March, but it is important to note that seasonality can also be positive at certain times of the year, like Easter or Christmas (Murphy, 1985).

Seasonality can be divided into three types: natural, influenced by seasons of the year; institutional, governing the holidays and orientations of the calendar and the behavioural, taking into account personal and professional issues (Butler & Mao, 1996) and its consequences can be divided into three categories: economic, social and environmental (Cannas, 2012). There is an urgent need to develop strategies to combat seasonality and that help the sector survive the low season, sometimes so severe that some establishments close and only reopen when the high season resumes, between April and September (Martins, 2010).

Neves, Cruz & Correa (2007) affirm that the diversification of the tourist offer and the new product development can positively affect seasonality.

In order to analyse the seasonality of tourist demand in the hotel market, this study aims to understand how the seasonality factor affects hotel units in a destination. It is important to compare the low-season occupancy figures with the high-season ones. In this sense, the studied tourist destination is characterized with particular emphasis on the demand structure and seasonality. The geographic space chosen for this research is a city in the Centre of Portugal region.

To achieve the objectives proposed in this work, we opted for a methodology of literature review on the topic and discussion of the authors who addressed it, and also data collection, through quantitative analysis in the hotel units of the destination to be considered as a case study.

This dissertation intends to present relevant results for understanding the impact of seasonality on the development of tourism and for achieving the objective of reducing its effects on hotel units in the city of Tomar.

Some limitations were observed, namely a lack of collaboration on the part of hotel units to answer questionnaires and interviews.

The results conclude that the impact of seasonality on tourism developments in the municipality of Tomar is quite high, standing at around 75% in the low season, causing some of the tourism developments to close in the winter months, or to operate only partially or at specific times of the week, such as holidays and long weekends.

Some of these developments, especially those located within the city, choose to offer promotions to tourists who visit them in the low season, while the rest, which are located in the countryside, opt for other activities to overcome the break of the season. low, such as business meetings, business retreats or activities related to agriculture, in the case of rural tourism enterprises.

**Keywords:** Seasonality, Hospitality, Tourism, Strategic Management

## Agradecimentos

---

Em primeiro lugar pretendo agradecer à minha orientadora, a professora Doutora Eunice Ramos Lopes e ao meu coorientador o professor Doutor Rúben Loureiro, por todo o auxílio prestado, por toda a atenção dispensada e, por todo o apoio moral e todo o incentivo que me deram ao longo desta caminhada. Foram ambos essenciais para o sucesso desta dissertação de mestrado.

Agradeço também à Divisão de Turismo e Cultura da Câmara Municipal de Tomar, nas pessoas da Técnica Superior de Turismo, a Dra. Sandra Araújo e, na pessoa da Chefe de Divisão, a Dra. Ana Soares e, ao posto de turismo de Tomar, pela possibilidade de recolha de dados oportunos para esta dissertação.

Obrigada aos representantes dos empreendimentos turísticos registados do município de Tomar que se disponibilizaram a falar comigo e a responder às questões que coloquei.

À minha família, à minha mãe, ao meu pai e ao meu irmão, que desde o primeiro dia me apoiaram incondicionalmente e nunca me deixaram desistir. À minha avó, que queria “isto” mais do que eu, por estar sempre comigo, e me dar inspiração, foi a luz que me guiou até ao fim do túnel.

Ao meu namorado, pela paciência que teve, pelas mudanças de humor que suportou e pelo apoio que me deu desde o início.

Aos meus amigos e amigas, que me ouviram, me apoiaram e me incentivaram a fazer mais e melhor.

Obrigada ao Instituto Politécnico de Tomar, à Escola Superior de Gestão de Tomar e a todos os professores que de forma mais ou menos direta contribuíram para o meu desenvolvimento académico e para o sucesso desta dissertação.

Por fim, agradeço a todas as pessoas que, direta ou indiretamente, se cruzaram comigo ao longo desta caminhada, contribuindo para a minha aprendizagem e para o meu crescimento pessoal e profissional.

A todos, o meu muito obrigada.

## Índice

---

<b>Resumo</b> .....	<b>v</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>vii</b>
<b>Agradecimentos</b> .....	<b>ix</b>
<b>Índice</b> .....	<b>x</b>
<b>Índice de Figuras</b> .....	<b>xiii</b>
<b>Índice de Gráficos</b> .....	<b>xiv</b>
<b>Índice de Tabelas</b> .....	<b>xv</b>
<b>Lista de Siglas e Abreviaturas</b> .....	<b>xvi</b>
<b>Introdução</b> .....	<b>17</b>
a) Âmbito e Interesse da Dissertação .....	18
b) Objetivos e Contributos esperados .....	18
c) Metodologia da Dissertação .....	19
d) Estrutura da Dissertação .....	22
<b>Capítulo 1: O Turismo e a Sazonalidade</b> .....	<b>24</b>
1.1. O que é o Turismo? .....	24
1.2. O que é a Sazonalidade? .....	26
1.2.1. O que é a Sazonalidade da Procura Turística? .....	27
1.3. Sazonalidade Positiva e Sazonalidade Negativa .....	28
1.4. Tipos de Sazonalidade .....	29
1.5. Causas e Consequências da Sazonalidade Turística .....	31
1.6. O que fazer para minimizar os efeitos da Sazonalidade .....	33

1.7. A Sazonalidade da Procura Turística em Portugal .....	33
1.8. A Sazonalidade da Procura Turística no Município de Tomar.....	35
1.9. Proposta de Modelo Concetual .....	38
<b>Capítulo 2: Alojamento Local e Empreendimento Turístico.....</b>	<b>41</b>
2.1. Alojamento Local.....	41
2.2. Empreendimento Turístico.....	42
2.2.1. Aldeamentos Turísticos .....	42
2.2.2. Apartamentos Turísticos .....	43
2.2.3. Conjuntos Turísticos (Resorts) .....	43
2.2.4. Estabelecimentos Hoteleiros.....	43
2.2.5. Empreendimentos de Turismo de Habitação .....	44
2.2.6. Empreendimentos de Turismo em Espaço Rural.....	44
2.2.7. Parques de Campismo e Caravanismo.....	44
<b>Capítulo 3: Estudo de Caso – A Sazonalidade Turística na hotelaria no Município de Tomar .....</b>	<b>46</b>
3.1. Contextualização do Município de Tomar.....	46
3.2.Contextualização Histórica do Município de Tomar .....	50
3.3. Análise SWOT do Município de Tomar.....	53
3.4. Inventariação dos Empreendimentos Turísticos registados do Município de Tomar.....	55
3.5. Caracterização dos Empreendimentos Turísticos Registados do Município de Tomar .....	57
3.5.1. Empreendimentos Turísticos com categoria de 5 estrelas.....	57
3.5.2. Empreendimentos Turísticos com categoria de 4 estrelas.....	58
3.5.3. Empreendimentos Turísticos com categoria de 2 estrelas.....	61
3.5.4. Empreendimentos Turísticos sem atribuição de estrelas .....	67
3.5.5. Síntese das características dos Empreendimentos Turísticos Registados.....	77
<b>Capítulo 4: Apresentação dos resultados obtidos no Estudo de Caso .....</b>	<b>81</b>
4.1. Análise das entrevistas realizadas a empreendimentos turísticos registados do município de Tomar .....	81

4.2. Análise das entrevistas realizadas a elementos da Divisão de Turismo e Cultura do município de Tomar .....	90
4.2.1. Entrevista 1 .....	90
4.2.2. Entrevista 2 .....	91
4.3. Análise dos resultados obtidos no inquérito por questionário aplicado à população geral do município de Tomar .....	96
<b>Considerações Finais .....</b>	<b>107</b>
<b>Referências Bibliográficas .....</b>	<b>111</b>
<b>Legislação .....</b>	<b>116</b>
<b>Referências Eletrónicas .....</b>	<b>117</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>118</b>
Anexo A.....	118
Anexo B .....	119
Anexo C .....	123
Anexo D.....	124
Anexo E .....	126

## Índice de Figuras

---

Figura 1 - Diferentes Tipos de Procura Turística .....	26
Figura 2- Causas da sazonalidade no destino - fatores " <i>push</i> " e " <i>pull</i> " .....	31
Figura 3 - Modelo Concetual aplicado ao tema de estudo.. .....	39
Figura 4- Mapa das Freguesias do Concelho de Tomar. ....	48
Figura 5 - Mapa das fronteiras entre Municípios. ....	49
Figura 6 - Fachada do Hotel República. ....	57
Figura 7 - Fachada da Casa dos Ofícios Hotel. ....	58
Figura 8 - Fachada do Thomar Boutique Hotel. ....	59
Figura 9 - Entrada do parque do Hotel dos Templários. ....	60
Figura 10 - Fachada do Hotel Trovador. ....	61
Figura 11 - Fachada do Hotel Bonjardim. ....	62
Figura 12 - Fachada do Hotel Kamanga. ....	63
Figura 13 - Fachada do Hotel Cavaleiros de Cristo. ....	64
Figura 14 - Entrada do Hotel Sinagoga. ....	65
Figura 15 - Entrada do <i>Camping</i> Redondo. ....	67
Figura 16- Entrada da Casa de São Miguel. ....	68
Figura 17 - Entrada do Hotel Agatha. ....	69
Figura 18 - Entrada do Parque de Campismo Rural dos Pelinos - <i>Camping Pelinos</i> . ....	70
Figura 19 –Foto aérea da Quinta do Lagar de São José. ....	71
Figura 20 - Entrada da Quinta do Valle. ....	72
Figura 21 - Placa identificativa exibida na entrada da Casa da Avó Genoveva. ....	73
Figura 22 - Foto da propriedade onde se insere a Quinta da Anunciada Velha. ....	74
Figura 23 - Fachada da Quinta São José dos Montes. ....	75
Figura 24 - Fachada e Vista da parte traseira da Quinta do Troviscal. ....	76

## Índice de Gráficos

---

Gráfico 1- Comparação do número de dormidas de 2015 a 2020. ....	35
Gráfico 2 - Variação da Procura Turística desde 2015 a 2020. ....	36
Gráfico 3 - Nacionalidades Turísticas que mais visitam o Município de Tomar. ....	37
Gráfico 4 - Género dos Inquiridos. ....	97
Gráfico 5 - Idade dos Inquiridos. ....	98
Gráfico 6 - Nacionalidade dos Inquiridos. ....	99
Gráfico 7 - Habilitações Literárias dos Inquiridos. ....	99
Gráfico 8 - Situação perante o trabalho dos Inquiridos. ....	100
Gráfico 9- Residência dos Inquiridos. ....	101
Gráfico 10 - Empreendimentos Turísticos conhecidos pelos Inquiridos. ....	102
Gráfico 11 - Quais os alojamentos sofrem mais com a sazonalidade? ....	103
Gráfico 12 - Fatores que influenciam a sazonalidade no município de Tomar. ....	104

## Índice de Tabelas

---

Tabela 1- Tipos de Sazonalidade.....	30
Tabela 2- Consequências da Sazonalidade Turística.....	32
Tabela 3- Número de Dormidas em Portugal de 2015 a 2020. ....	34
Tabela 4 - Estatística do Concelho de Tomar, Censos 2011. ....	46
Tabela 5 - Estatística do Concelho de Tomar, Censos 2021. ....	47
Tabela 6- Análise SWOT do Município de Tomar. ....	54
Tabela 7- Lista dos Empreendimentos Turísticos Registados no Município de Tomar.....	56
Tabela 8- Caracterização dos Empreendimentos Turísticos no Concelho de Tomar.....	80
Tabela 9 - Síntese das entrevistas realizadas nos Empreendimentos Turísticos. ....	88
Tabela 10- Síntese das entrevistas realizadas a elementos da Divisão de Turismo e Cultura da CMT.....	95

## Lista de Siglas e Abreviaturas

---

A – Autoestrada

CEF – Centro de Estudos de Fotografia

CMT – Câmara Municipal de Tomar

CP – Comboios de Portugal

D. – Dom

Dra. - Doutora

EN – Estrada Nacional

IC – Itinerário Complementar

INE – Instituto Nacional de Estatística

IPT – Instituto Politécnico de Tomar

KM - Quilómetro

N- Nacional

NAC – Núcleo de Arte Contemporânea

NUT - Nomenclatura das Unidades Territoriais

OMT – Organização Mundial do Turismo

RATF - Reorganização Administrativa do Território das Freguesias

RNT – Registo Nacional de Turismo

SWOT- Strengs, Weakenesses, Opportunities and Threats

TER – Turismo em Espaço Rural

TUT – Transportes Urbanos de Tomar

UNESCO - United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

UNWTO – World Tourism Organization

WTCC - World Travel and Tourism Council

## Introdução

---

Esta dissertação integra-se no âmbito do Mestrado em Gestão e aborda a temática “A Sazonalidade da Procura Turística na Hotelaria em Tomar” com o objetivo de identificar os impactos do fenómeno na gestão dos empreendimentos turísticos tomarenses e perceber que técnicas e estratégias os gestores adotam para mitigar os seus efeitos.

O tema da dissertação foi selecionado com base na relevância e atualidade da sazonalidade para o turismo Tomarense. O turismo em Tomar tem apresentado uma tendência de crescimento e desenvolvimento positiva, apresentando-se como um setor com grande carga contributiva para a economia regional. A promoção do destino e a sua atratividade tem gerado um aumento na procura e conseqüentemente influenciado o aumento da oferta turística da região. O investimento em empreendimentos turísticos de várias tipologias tem sido crescente, tornando a indústria mais competitiva.

O crescimento do turismo afeta diretamente a sazonalidade local e regional. Existindo uma maior procura do destino Tomar, a distribuição de turistas e visitantes ao longo do ano vai sofrendo alteração, principalmente se existirem turistas que pretendam “fugir” às épocas de maior concentração turística, como a altura dos meses de verão e as épocas festivas.

O conceito de sazonalidade refere-se a algo temporário, no caso da procura turística, refere-se à alteração dos números da procura turística em relação aos números da oferta turística em determinadas épocas do ano.

Sendo este um fenómeno com um carácter maioritariamente económico, a diferença de valores entre a procura e a oferta em certas alturas do ano preocupa as regiões onde mais este se faz sentir. Os seus efeitos são, ainda que existam algumas exceções, maioritariamente negativos, levando a que certas situações ocorram na denominada época baixa, como: perda de renda, aumento do nível de desemprego, fecho de várias atividades turísticas, empregos precários, entre outras.

Este desequilíbrio que se manifesta entre a denominada época alta e época baixa é explicado pelo aumento da procura na época alta, neste caso, nos meses de verão e, pela baixa procura nos meses de inverno, que compreendem a época baixa; deve-se a vários fatores, mas os mais representativos são os fatores económicos e os calendarizados. Grande parte das pessoas tem férias marcadas para os meses de verão, optando assim por passear e viajar nesse

tempo, no entanto, com o final do verão e a chegada do mês de setembro, todas as famílias com crianças regressam a casa devido ao início das atividades escolares, fazendo assim com que a procura seja inferior à existente no verão.

O presente estudo de caso é desenvolvido no município de Tomar, com vista a compreender a forma como a sazonalidade afeta a procura turística no mercado hoteleiro da região e, de forma a propor medidas que auxiliem na mitigação da sazonalidade, fazendo com que este fator deixe de ser prejudicial e que possa ser utilizado de forma benéfica para a economia da região.

### a) Âmbito e Interesse da dissertação

---

A área de interesse desta dissertação de mestrado prende-se com o estudo do fator da sazonalidade e, na forma como este afeta as regiões onde é mais acentuado. Para tal, foi alvo de estudo o município de Tomar, incluindo a área rural, na qual se incluem todas as onze freguesias do concelho de Tomar e a área urbana que consiste em toda a área da cidade de Tomar, sendo assim possível uma maior comparação e estudo mais aprofundado deste fator.

### b) Objetivos e Contributos esperados

---

Esta dissertação de mestrado tem como objetivo principal perceber como é que o fator da sazonalidade afeta as unidades hoteleiras da cidade de Tomar.

É importante comparar a diferença de números de ocupação das mesmas em época baixa (compreendida entre os meses de outubro a março) quando comparados com os números de ocupação em época alta, (compreendida entre os meses de abril e setembro).

Pretende-se, como objetivo, ainda apresentar linhas de relevância futura baseado na informação dos *stakeholders*, que permita traçar um plano metodológico estratégico para apoiar o setor hoteleiro turístico de forma a diminuir o impacto da sazonalidade.

### c) Metodologia da Dissertação

---

Esta dissertação de mestrado centra-se no município de Tomar, mais concretamente nas onze freguesias que fazem parte deste concelho (Além da Ribeira e Pedreira; Asseiceira; Carregueiros; Casais e Alviobeira; Madalena e Beselga; Olalhas; Paialvo; São Pedro de Tomar; Sabacheira; Serra e Junceira; União de Freguesias de Tomar), sendo na União de Freguesias de Tomar onde se encontra o maior número de empreendimentos turísticos registados.

De forma a proceder a uma recolha de dados eficaz, a forma metodológica de realizar esta dissertação baseou-se numa revisão de literatura relacionada com o tema em estudo, à qual se acrescentou a análise de vários autores conhecidos e referenciados pelo estudo do turismo e do tema “Sazonalidade”.

Terminada a parte teórica da dissertação, deu-se início à parte prática, seguindo assim um trabalho de campo em todas as onze freguesias do município de Tomar. Este trabalho de campo foi sustentado por uma análise quantitativa e qualitativa (aplicação de inquérito por questionário e realização de entrevistas presenciais, via telefónica e via escrita, através de email), realizada aos responsáveis dos empreendimentos turísticos e a elementos da Câmara Municipal de Tomar da Divisão de Turismo e Cultura. Para que fosse possível compreender o que o público-alvo, neste caso a população de Tomar, entende por sazonalidade e pela forma como este fator afeta os empreendimentos turísticos da região, estruturou-se um inquérito por questionário na aplicação “*Googleforms*”.

Todas as questões apresentadas no inquérito por questionário foram elaboradas e estruturadas de forma a ir ao encontro do objetivo inicial de recolher dados estatísticos, que permitissem a elaboração de uma amostra populacional significativa. O inquérito por entrevista possibilitou que todas as pessoas, residentes ou não no concelho de Tomar, pudessem responder às questões colocadas, desde que conhecessem a região e os empreendimentos turísticos mencionados.

De forma a testar o correto funcionamento do questionário, realizou-se um pré-teste, tendo este sido enviado a algumas pessoas selecionadas previamente para a sua aferição.

As entrevistas foram marcadas através de email, tendo sido criada uma *mailing list*, onde foram posteriormente integrados os dezanove empreendimentos turísticos da região e,

alguns elementos da Divisão de Turismo e Cultural da Câmara Municipal de Tomar (Anexos A e C).

O inquérito por entrevista aplicado aos representantes dos empreendimentos turísticos registados intitula-se de “A Sazonalidade da Procura Turística na Hotelaria em Tomar” e encontra-se estruturado de forma a perfazer um total de dezassete questões (Anexo B).

As primeiras quatro questões fazem referência à caracterização dos empreendimentos turísticos, as restantes questões incidem na definição de sazonalidade, no município de Tomar, nos seus empreendimentos turísticos e, nos fatores que melhor explicam a sazonalidade no município de Tomar. As questões que integram o questionário *online* são as seguintes: na parte I – Identificação do Empreendimento Turístico (1 - Nome Alojamento Turístico; 2 – Localização; 3- Tipologia de Alojamento; 4 - Qual a capacidade deste alojamento? : Apartamentos, Quartos, Camas, *Chalets*, *Bungallows*, *Yurks* (Tendas da Mongólia). Na parte II encontram-se questões sobre o Alojamento Turístico e o Mercado Turístico (5 - Refira os meses em que o Alojamento turístico se encontra em funcionamento ao longo do ano; 6- Qual o tipo de turista que mais procura este alojamento turístico?; 7- De que forma é que o alojamento turístico é divulgado?; 8 - Qual o público que mais usufrui dos serviços oferecidos pelo alojamento turístico?; 9- Qual o país de proveniência dos hóspedes? Indique por favor uma estimativa da percentagem dos países de proveniência; 10- Considerando os preços atuais dos quartos, como têm evoluído na época alta e na época baixa nos últimos 3 anos?). Na parte III as questões referem –se à Sazonalidade da Procura Turística no Empreendimento Turístico (11 - Quais são, na sua opinião, os fatores que melhor explicam a sazonalidade no município de Tomar?; 12- Quais são os meses de maior e menor procura no estabelecimento e quais as respetivas taxas de ocupação?; 13- O alojamento turístico recorre a estratégias para atenuar as causas da sazonalidade?; 14- Quais são as estratégias utilizadas para a determinação de preços nas diferentes épocas sazonais (natal, passagem de ano, dia dos namorados, páscoa, ...)?; 15- Quais são as estratégias de marketing utilizadas pelo estabelecimento para a divulgação do destino e quais são os meios utilizados para esse efeito?; 16- Quais são as estratégias de marketing utilizadas pelo estabelecimento para a divulgação do destino e quais são os canais utilizados para esse efeito?; 17- Que medidas deveriam ser implementadas para potenciar o desenvolvimento turístico da cidade de Tomar?)

O guião elaborado e apresentado aos elementos da Câmara Municipal de Tomar é composto por nove questões (Anexo D), relacionadas com o tema em estudo, o município de Tomar e as atividades que poderão vir a ser elaboradas de forma a amenizar os efeitos da sazonalidade no concelho de Tomar. As questões que integram o guião de entrevista apresentado aos elementos da Câmara Municipal de Tomar são as seguintes: 1- Quais são as estratégias da autarquia para o setor turístico a curto e a longo prazo?; 2- Que estratégias estão a ser implementadas ao nível da promoção turística do município de Tomar como destino turístico?; 3 - Refira, na sua opinião, os motivos mais relevantes que conduzem os turistas a visitar Tomar; 4 - Sendo um destino de turismo, essencialmente, cultural, quais são os meses de maior e menor procura turística?; 5- Na sua opinião, a sazonalidade é um fator de grande impacto (negativo) no município de Tomar e nas suas unidades hoteleiras?; 6 - Na sua opinião, que medidas podem ser tomadas para amenizar os efeitos da sazonalidade na região de Tomar?; 7 - O que acha que é necessário fazer ou alterar, para promover uma maior pernoita na cidade?; 8 - Que estratégias de marketing deveriam ser implementadas no sentido de potenciar o desenvolvimento turístico da cidade de Tomar?; 9 - Qual é a imagem/marca utilizada para a promoção do destino Tomar em geral?

Relativamente ao inquérito por questionário aplicado à população geral, o mesmo é composto por dezanove questões (Anexo E), sendo as primeiras oito relativas à caracterização do indivíduo e, as restantes questões relativas ao tema em estudo, sendo dada uma definição de sazonalidade. As questões que integram o questionário *online* são as seguintes: na parte I – Identificação dos Inquiridos (1- Género; 2 – Idade; 3- Nacionalidade; 4- Habilitações Literárias; 5- Situação perante o trabalho; 6- Residência (Município de Tomar ou Outro Município); 7- Se indicou "Outro Município" na questão anterior, indique qual; 8- Residência (Zona Rural ou Zona Urbana). Na parte II, as questões encontram-se relacionadas com a Sazonalidade e a Oferta Hoteleira no Município de Tomar (9- O que entende por "Sazonalidade"?; 10- A Sazonalidade é definida da seguinte maneira; 11 - Indique quais dos seguintes alojamentos turísticos conhece (é dada uma lista com todos os empreendimentos turísticos registados no município de Tomar, para que possam selecionar os que conhecem, caso conheçam todos existe a opção “Todos os anteriores”); 12 - Quais dos alojamentos turísticos anteriores no seu entender, sofrem mais com a sazonalidade?; 13- Qual é, na sua opinião, o tipo de turista que mais visita o município de Tomar?; 14- De que forma pensa que os alojamentos turísticos devem ser divulgados de modo a atrair mais

turistas a pernoitar no município de Tomar?; 15- Qual é, na sua opinião, o público que mais usufrui dos serviços oferecidos pelo alojamento turístico no município de Tomar?; 16- Quais são, na sua opinião, os fatores que melhor explicam a sazonalidade (positiva e negativa) no município de Tomar?; 17- No seu entender, quais devem ser as estratégias de marketing utilizadas pelos estabelecimentos hoteleiros para a divulgação do destino e quais devem ser os meios utilizados para esse efeito?; 18- No seu entender, quais devem ser as estratégias de marketing utilizadas pelo estabelecimentos hoteleiros para a divulgação do destino e quais devem ser os canais utilizados para esse efeito?; 19- No seu entender, que medidas acha que deveriam ser implementadas para potenciar o desenvolvimento turístico e hoteleiro do município de Tomar?)

Para alcançar os objetivos propostos neste trabalho, procedeu-se posteriormente ao tratamento dos dados recolhidos, através da análise dos gráficos criados automaticamente pela plataforma *Googleforms* e a utilização do *Microsoft Excel* para a criação de tabelas e gráficos mais concretos e, posteriormente a elaboração das respetivas conclusões.

#### d) Estrutura da Dissertação

---

Esta dissertação de mestrado apresenta-se desenhada em seis partes distintas, de forma a promover uma melhor compreensão do tema abordado. Iniciou-se a mesma com uma breve **Introdução**, onde se encontra apresentado o objetivo central da dissertação, bem como a temática e a problemática em estudo, sobre os quais incidiu a revisão de literatura realizada.

Seguidamente, no **Capítulo 1: O Turismo e a Sazonalidade**, realiza-se o enquadramento e a contextualização do tema, apresentando-se a discussão dos autores e a revisão e análise de conceitos e das definições.

Por sua vez, no **Capítulo 2: Alojamento Local e Empreendimento Turístico**, apresenta-se a legislação que define Alojamento Local e Empreendimentos Turísticos, evidenciando as diferenças entre estas duas definições.

No **Capítulo 3: Estudo de Caso – A Sazonalidade Turística na Hotelaria no Município de Tomar**, encontra-se o caso de estudo, apresentando e discutindo a problemática da sazonalidade, nomeadamente os principais conceitos, causas e impactos e estratégias para mitigar os efeitos da sazonalidade da procura turística no município de Tomar e, realizando o diagnóstico do objeto de estudo, através da análise da realidade hoteleira do concelho de Tomar, caracterizando os empreendimentos turísticos registados no Registo Nacional de Turismo.

O **Capítulo 4: Apresentação dos resultados obtidos no Estudo de Caso**, consiste na apresentação e descrição dos resultados obtidos no decorrer da realização do estudo de caso.

Por fim, encontram-se as **Considerações Finais**, são apresentadas uma síntese dos resultados obtidos de acordo com os objetivos apresentados inicialmente e, uma reflexão crítica da problemática estudada, encontrando-se também apontadas algumas linhas estratégicas que de futuro possam ser aplicadas de modo a atenuar os efeitos da sazonalidade da procura turística no mercado hoteleiro do município de Tomar.

## Capítulo 1: O Turismo e a Sazonalidade

---

A sazonalidade anda de mãos dadas com o turismo desde que este foi definido pela Organização Mundial de Turismo (OMT), como sendo “a deslocação das pessoas para fora do seu local habitual de residência por um período superior a 24 horas e inferior a 60 dias, motivado por razões não económicas (OMT, 1995, p.1). Na sequência desta definição, foi mais tarde alterada para um conjunto de “atividades realizadas por pessoas no decurso das suas viagens e estadas em locais que não o seu ambiente natural, por um período de tempo consecutivo nunca superior a um ano, tendo como finalidade a realização de atividades de lazer, de negócios e outros não relacionados com a prática de uma atividade remunerada a partir do local de destino” (UNWTO, 2001, p.1). Outros autores definem turismo como uma “atividade económica e estratégica que promove o desenvolvimento económico e social do país, contribuindo para o aumento do emprego e para o crescimento das exportações” (Fazenda, et al, 2017, p.2), incluindo também o comportamento dos indivíduos que é afetado por motivações, necessidades e restrições; a utilização dos recursos existentes; a interação entre indivíduos e efeitos económicos, sociais e ambientais.

O turismo, por ser uma atividade económica que tem por base principal as motivações de quem a pratica está, muito mais do que outras atividades, sujeita a este fator da sazonalidade. Este capítulo concerne à discussão de conceitos essenciais para o enquadramento do tema desta dissertação de mestrado, sendo estes conceitos e respetiva discussão devidamente fundamentados pela revisão bibliográfica.

### **1.1. O que é o Turismo?**

Apesar de o turismo ser um fenómeno difícil de definir devido às suas várias facetas e dimensões (Mill & Morrison, 2002), acreditam que esta prática teve início na Grécia Antiga, com a valorização das atividades desportivas deram início ao maior evento desportivo ainda existente, os Jogos Olímpicos.

Já durante a Idade Média, as peregrinações religiosas dominaram os propósitos dos viajantes, tanto cristão como muçulmanos, que faziam, entre outras, as que são hoje as famosas rotas de Santiago de Compostela.

A partir do século XV, devido às invenções e inovações tecnológicas, os viajantes conseguem ir muito além do “velho mundo”, mas é entre os séculos XVII e XVIII que o turismo ganha contornos mais próximos daqueles que se apresenta nos dias de hoje, quando membros das famílias mais ricas, na sua maioria jovens aristocratas, começam a viajar pelo mundo, principalmente de Inglaterra até ao centro e Sul da Europa. Essas viagens eram denominadas de *Grand Tour* e contribuíram para o aumento de construções de rodovias no “velho continente” e promoveram o desenvolvimento de serviços adequados para esse propósito nas regiões em que passavam (Cunha, 2001).

Com o início da Revolução Industrial no século XIX, ocorreram várias melhorias a nível da tecnologia e das vias de comunicação, pela invenção do motor a vapor e, pelo surgimento da burguesia emergente. Todas estas novas condições permitiram que fosse organizada com sucesso uma primeira viagem, o que levou à criação da primeira agência de viagens e do conceito de “*voucher*”.

Alguns anos depois, entre as duas grandes guerras, a invenção do automóvel e a subsequente melhoria das vias de comunicação terrestres, conduziram o Turismo a uma vertente nunca antes vista, mas foi apenas quando se deu o fim da Segunda Guerra Mundial, com a recuperação da economia que o turismo sofreu uma melhoria.

No entanto, é apenas no século XX que surge a primeira definição pública de turismo pelas mãos do austríaco Herman Von Schullern Zu Schrattenhofen, no ano de 1910. Segundo ele, o turismo é “o conjunto de fenómenos, em primeiro lugar de ordem económica, que se produzem pela chegada, estada e partida de viajantes numa comuna, província ou um estado determinado e, por consequência estão diretamente ligadas entre eles” (Bernecker, 1965).

A definição de turismo divide opiniões. Enquanto autores como Fiquerola (1987), Buckart & Medlik (1981), Tribe (2005), Mathieson & Wall (1982) ou Papadopoulos (1986), definem o turismo como um fenómeno ou, um conjunto de fenómenos, outros afirmam que o turismo para além de não ser um fenómeno é, tão pouco apenas um “simples conjunto de indústrias”, por se tratar de uma atividade humana que envolve comportamentos, movimentos e emoções, tendo como objetivo, o uso de recursos e a interação com pessoas, com o meio ambiente e com a economia.

O turismo implica uma viagem para um destino fora do ambiente habitual do turista, que dure mais de 24 horas e menos de um ano, com qualquer objetivo pessoal ou profissional.

Os diferentes tipos de turismo conduzem a diferentes tipos de procura turística. Assim, segundo Vanhove (2004), a procura turística pode ser dividida em seis categorias, tendo como base a Conta Satélite de Turismo, (Figura 1):

**Procura Doméstica:** diz respeito à procura de uma dada região por residentes desse país (por exemplo: pessoas da região norte de Portugal que vão passar férias ao Algarve);

**Procura Externa (Inbound):** define-se pela procura de não residentes num determinado país (por exemplo: turistas espanhóis que visitam Portugal);

**Procura de residentes no estrangeiro (Outbound):** está relacionado com o turismo de residentes num determinado país no exterior (por exemplo: turistas portugueses que vão visitar Espanha);

**Procura interna:** refere a conjugação da procura doméstica com a procura externa;

**Procura nacional:** é relativa ao turismo de residentes, quer seja dentro do próprio país, quer seja fora do país de referência;

**Procura internacional:** interliga a procura externa com a procura por parte de residentes no exterior do país.

Figura 1 - Diferentes Tipos de Procura Turística

Fonte: Elaboração Própria, 2021

## 1.2. O que é a Sazonalidade?

A sazonalidade refere-se a um fator externo que influencia e altera os resultados que são e podem vir a ser obtidos em vários negócios ou atividades e, é caracterizada por uma grande instabilidade existente entre a oferta e a procura, sendo que na época alta a procura é por vezes muito superior à oferta existente e, na época baixa ocorre o contrário, existindo mais oferta que procura. Mas a sazonalidade também pode referir-se à distribuição da procura ao longo do ano de forma desigual, provocando uma concentração em alguns meses mais do que outros, e deriva de fatores climáticos, geográficos, demográficos, económicos e psicossociais (Silva, 2008, p.14).

A sazonalidade leva a que muitos produtos e artigos apenas possam ser encontrados em determinada altura do ano e, por sua vez, faz com que muitos negócios apenas funcionem em determinadas alturas do ano. Um exemplo simples que permite compreender este fator

são alguns tipos de negócios como, por exemplo, uma gelataria. Todos gostam de se refrescar com um gelado nos dias quentes de verão, quando as temperaturas rondam os 35 graus no exterior, então, é seguro dizer que durante a época alta, que neste caso, se encontra compreendida entre março e setembro, mas principalmente durante os meses de verão, entre junho e agosto é quando estas casas têm uma maior procura, sendo ela muito superior à procura que têm nos meses de época baixa, de outubro a fevereiro e, principalmente no inverno. Esta falta de procura por parte dos consumidores no decorrer da época baixa faz com que muitas gelatarias fechem durante esse período de tempo e voltem a abrir as suas portas na época alta do ano seguinte.

Este fator leva a que as receitas fora da época alta sejam altamente reduzidas enquanto os custos fixos das empresas se mantêm durante todo o ano, levando assim a uma falta de capacidade económica para cobrir todos os custos que provêm de manter as instalações abertas, apenas com a receita obtida durante a temporada da época alta (Jang, 2004, p.821). A sazonalidade traz consigo uma série de consequências negativas que implicam não só as referidas acima, como também tantas outras que são prejudiciais às regiões onde ocorre, de forma geral e de forma particular nas pequenas e médias empresas que naquela região se inserem.

### **1.2.1. O que é a Sazonalidade da Procura Turística?**

A Sazonalidade afeta diversos setores, mas um dos setores mais afetado é o setor turístico e hoteleiro, pois é este o setor que sofre mais oscilações e mais acentuadas ao longo do ano, podendo o mesmo ser dividido em três épocas distintas – alta, média e baixa. São a estes padrões de variação do número de turistas e da receita que estes geram que o conceito de sazonalidade turística se refere (Jang, 2004; Lee et al., 2008 apud Castro, 2013). Contudo, na hotelaria é um dos setores turísticos que mais sofre sazonalidade, pois diferente dos outros empreendimentos turísticos a sua principal oferta é a hospedagem. Um restaurante ou atrativo pode fornecer o seu serviço à comunidade local, já o meio da hospedagem fornece o serviço para pessoas que estão fora do seu entorno habitual, tornando-se mais vulneráveis às variações sazonais (Pimentel, 2008). Assim, a sazonalidade turística é, à semelhança da sazonalidade nos outros setores, caracterizada pela diferença entre a procura e a oferta e, neste caso, relaciona-se com a desproporção de valores existente entre a concentração de

procura turística e a oferta de procura turística em certas regiões, da época alta para a época baixa (Baum et al., 2001).

Butler afirma que “a sazonalidade é reconhecida há tempos como uma das características mais particulares do turismo, sendo a característica mais típica do turismo em uma base global” (Butler, 2001, p.5).

É importante ter em atenção de que a época alta e a época baixa variam consoante a atividade e a localização onde se encontram, por exemplo, se nos referirmos à época turística na região do Algarve, a época alta compreende-se entre março e setembro, no entanto, essa mesma altura é considerada como época baixa na região da Serra da Estrela, uma vez que esta zona é procurada pela neve e pela possibilidade de praticar desportos a ela ligados, pelo que nesta região a época alta compreende os meses de inverno, ou seja, de outubro a fevereiro.

A hotelaria é um dos setores mais afetados pela sazonalidade, a falta de turistas faz com que não seja possível vender o produto que é perecível e, de acordo com Beni (2007), a hospedagem é o empreendimento comercial que oferece estadias em unidades hoteleiras de forma temporária que pode incluir ou não a alimentação e ofertas em unidades individuais e de uso exclusivo apenas pelos hóspedes, estando dependente de cobranças diárias.

### **1.3. Sazonalidade Positiva e Sazonalidade Negativa**

A sazonalidade é um fator que implica um decréscimo na procura e que leva a perda de lucro e rendimentos em algumas alturas do ano, no entanto, a sazonalidade não tem de ser necessariamente negativa, existindo situações onde de forma contrária à época baixa em que se encontra a sazonalidade é um fator positivo, como por exemplo no Dia dos Namorados, no Dia da Mãe, na Páscoa, no Natal, entre outros, pois são dias em que várias indústrias e setores conseguem superar o desafio e vender os produtos que têm, muitas vezes em excesso ou produtos perecíveis, porque até então não os conseguiram vender, como é o caso das floristas e lojas de botânica. As flores têm tempos de vida relativamente curtos após serem cortadas e retiradas da árvore mãe, se não se venderem no espaço de uma ou duas semanas, acabam por ir para o lixo e, para além de não terem o lucro que teriam se as conseguissem vender, têm ainda o prejuízo de as ter comprado, e os dias festivos, ainda que sazonais, trazem uma lufada de ar fresco a estes comerciantes, porque conseguem muita vez realizar valores que não conseguem durante um mês inteiro.

Tal como o setor da botânica, também o setor turístico e hoteleiro vive um alívio com a sazonalidade positiva, no decorrer de uma época baixa, o Natal e principalmente a Passagem de Ano trazem uma luz ao fundo do túnel para vários empreendimentos turísticos que se tentam aguentar à superfície até à próxima época alta, tomemos como exemplo a região do Algarve, apesar de sofrer com a sazonalidade negativa durante toda a época baixa, na semana entre o Natal e o Ano Novo, têm uma sazonalidade positiva, uma vez que é um dos destinos de eleição de turistas nacionais e estrangeiros para passarem a Passagem de Ano.

Murphy (1985), ressalta que algumas comunidades se alegram e reagem positivamente ao final da época alta e com a baixa procura turística que daí advém, também Mathieson & Wall (1982), referem que a baixa procura turística pode ser um fator positivo pois acreditam que é necessária para repor os níveis de recursos utilizados no período de maior procura, mas também para que na região volte a circular apenas a comunidade local, podendo estar algum tempo sem se cruzar com as centenas de turistas que lá se deslocam no decorrer da época alta.

#### **1.4. Tipos de Sazonalidade**

A sazonalidade é um fator que difere quanto à sua natureza, podendo ser considerada: Natural, Institucional ou Comportamental.

A sazonalidade natural está, segundo Hartmann (1986) & Butler (1994), diretamente ligada a: variação de temperaturas e de todas as alterações climáticas que derivam das várias estações do ano e das várias alterações que a amplitude térmica sofre ao longo de um dia, podendo existir um dia que começa com precipitação (chuva ou neve) e termina com sol; a vários fatores geográficos que são característicos de cada região ou destino; e, até de desastres ou eventos naturais (criação de dunas, formação de vulcões, fissura de uma rocha) que ocorreram e marcaram a região e as atividades turísticas que aí se podem realizar em certas alturas do ano (Baron, 1975).

Relativamente à sazonalidade institucional, como defendem Baum & Hagen (1999) e Frechtling (2001), esta deve-se a situações como as férias escolares e outros eventos calendarizados como os feriados, mas segundo Baron (1975), também se pode dever a causas sociológicas e económicas.

Estas duas tipologias de sazonalidade andam quase sempre a par uma com a outra, isto porque uma vez que as férias escolares têm alturas pré-definidas para se realizarem, as férias institucionais têm de ser marcadas na mesma altura do ano, acabando assim por ajudar a definir os padrões da procura sazonal (Butler, 1994).

A sazonalidade comportamental, por sua vez, e segundo Butler & Mao (1996), compreende-se por fatores socioculturais no destino, ou seja, por fatores que são influenciados pela cultura social das diversas regiões. Allcook (1995), defende que a tipologia comportamental da sazonalidade decorre aliada a fatores ambientais e institucionais, tendo em conta vários subfactores como o estilo de vida, o agregado familiar e as motivações de cada indivíduo, influenciando assim a procura sazonal. Um exemplo deste tipo de sazonalidade é o segmento turístico de sol e mar que se encontra consolidado e massificado, contribuindo assim para a conclusão de que o turismo de massas está diretamente ligado à sazonalidade comportamental (Henz, Leite, & Ruiz, 2014).

Os vários tipos de sazonalidade existentes, são diferentes entre si e, como tal, apresentam características diferentes (Tabela 1):

**Tipos de Sazonalidade da Procura Turística**

<b>Natural</b>	<b>Institucional</b>	<b>Comportamental</b>
Condicionada por:  - Estações do Ano; - Alterações climáticas; - Amplitudes Térmicas ao longo do dia.	Condicionada por:  - Férias Escolares; - Feriados Calendarizados (Natal, Páscoa, 25 de Abril, 1º de Maio, entre outros).	Condicionada por:  - Agregado Familiar; - Estilo de Vida; - Capacidade Económica; - Motivações do Indivíduo.

Tabela 1- Tipos de Sazonalidade.

Fonte: Adaptado de Butler (1994).

Os três tipos de sazonalidade conhecidos, são o que melhor explicam as consequências negativas deste fator na época baixa, mas, são também o que mais contribui para, na mesma época baixa, criar os picos de sazonalidade positiva, que se referiu acima.

### 1.5. Causas e consequências da Sazonalidade da Procura Turística

A sazonalidade turística tem, como todos os outros fatores, causas e consequências podendo estas ser positivas ou negativas, sendo que as que mais se falam e mais preocupam as populações e comunidades recetoras são as consequências negativas.

A sazonalidade turística pode ser responsável pela inflação dos preços nas comunidades recetoras, uma vez que quando a procura aumenta, mas a oferta não tem condições para o fazer, por norma, os preços aumentam (Wahab,1991). A sazonalidade turística, devido ao facto de existir apenas em certas épocas do ano, acaba por prejudicar seriamente a oferta turística ao nível do desenvolvimento sustentável da atividade (Lage & Milone (1998, p.61). As causas da sazonalidade nos destinos turísticos são definidas por Luntrop, Passing e Wanhill (1999), como fatores “*push*” – todos os que estão diretamente ligados à origem, e fatores “*pull*” – todos os que estão diretamente ligados ao destino (Figura 2). Assim sendo, estes fatores funcionam como um íman, enquanto alguns deles empurram os visitantes para o destino, os restantes atraem os visitantes a partir do destino (Rodrigues, 2014).

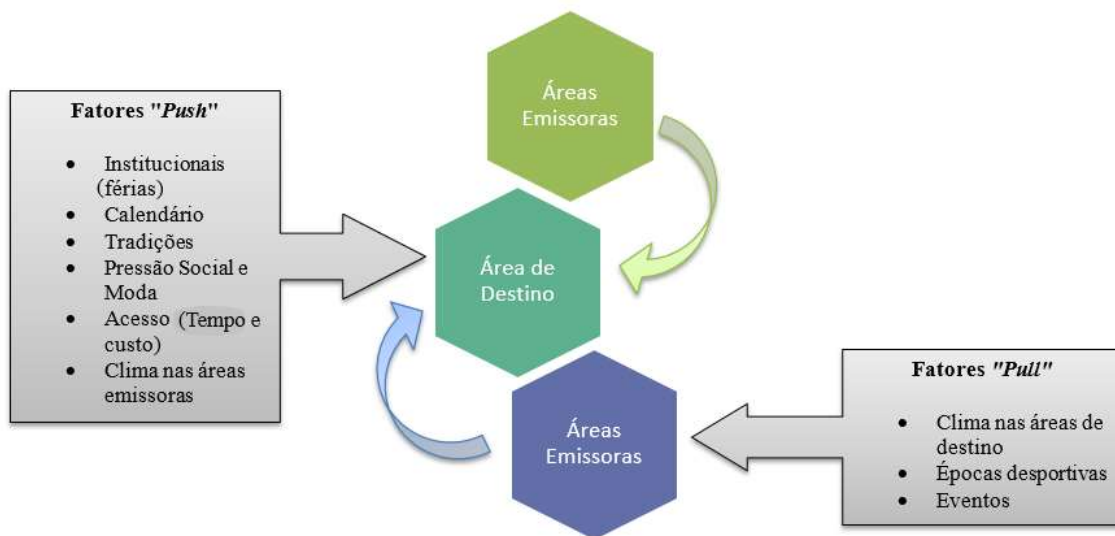


Figura 2- Causas da sazonalidade no destino - fatores "push" e "pull".

Fonte: Adaptado de Lundtrop, Rassin e Wanhill, (1999); Koening-lewis e Bishoff, (2005).

Os fatores “*push*” e “*pull*” funcionam de forma a emitirem uma troca de atrativos entre os destinos emissores e os destinos recetores, permitindo assim uma maior procura para os países recetores, possibilitando uma maior rentabilização da oferta existente.

### Consequências da Sazonalidade da Procura Turística

Positivas	Negativas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Criação de emprego para jovens estudantes ou à procura de primeiro emprego;</li> <li>• Valorização da região onde se insere.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Negócios de curto prazo operacional;</li> <li>• Necessidade de gerar ingressos para o ano inteiro, num curto período operacional;</li> <li>• Problemas de atração interna de investimentos em turismo;</li> <li>• Problemas de manutenção de cadeias de abastecimento;</li> <li>• Dificuldades em assegurar suporte sustentável de provedores de transporte;</li> <li>• Empregos precários e a curto prazo;</li> <li>• Problemas de manutenção de serviços e de níveis de qualidade de produtos.</li> </ul>

Tabela 2- Consequências da Sazonalidade Turística.

Fonte: Adaptado de Rodrigues (2014).

As consequências da sazonalidade turística são muito variadas dependendo de região para região, no entanto, algumas delas são universais e transversais a todas as regiões onde se manifestam, criando graves diferenças a níveis sociais e económicos na população da região.

## **1.6. O que fazer para minimizar os efeitos negativos da Sazonalidade**

São muitas as estratégias que as empresas e os empreendimentos turísticos utilizam para tentar combater os efeitos da sazonalidade e atrair mais turistas para o seu negócio, mas de todas elas Lage & Milone (1998) destacam duas: **o Uso Múltiplo e a Política de Preços.**

A estratégia do uso múltiplo baseia-se na criação de atrações complementares que possam atribuir mais valor no decorrer da época baixa aos atrativos existentes na época alta, que nessa altura eram suficientes por si só.

Por sua vez, a estratégia da política de preços encontra-se baseada na criação de mercados alternativos para a época baixa, nos quais se utilizam preços diferenciados de forma a atrair alguma da procura turística existente na época alta.

## **1.7. A Sazonalidade da Procura Turística em Portugal**

No ano de 2020, o número total de turistas em Portugal foi de 25 798 299, sendo que destes, mais de 50% dos turistas eram de origem portuguesa e apenas 12 199 690 turistas eram de origem estrangeira.

Através da Tabela 3, é possível verificar as diferenças em relação ao número de turistas entre os anos de 2015 e 2020.

É possível verificar que desde o ano 2015 ao ano de 2019, o número de turistas em geral sofreu um acréscimo sendo o número de turistas estrangeiros sempre muito superior ao número de turistas portugueses. No entanto, do ano 2019 para o ano de 2020, o número total de turistas sofreu um decréscimo bastante acentuado, devido à situação pandémica que assolou o país nesse ano. Devido a esse fator pandémico que obrigou ao encerramento de fronteiras, o número de turistas estrangeiros foi, pela primeira vez em cinco anos, inferior ao número de turistas portugueses.

	<b>Total</b>	<b>Portugal</b>	<b>Estrangeiro</b>
<b>2015</b>	53 074 176	16 158 369	36 915 807
<b>2016</b>	59 122 640	17 351 738	41 770 902
<b>2017</b>	65 385 210	18 595 681	46 789 529
<b>2018</b>	67 662 103	19 889 676	47 772 427
<b>2019</b>	70 158 964	21 107 132	49 051 832
<b>2020</b>	25 798 299	13 598 609	12 199 690

Tabela 3- Número de Dormidas em Portugal de 2015 a 2020.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados retirados do INE (2021).

A situação pandémica que Portugal e o mundo ainda atravessam, obrigou no início da mesma ao fecho de todas as fronteiras, não só as mundiais, evidenciando ainda mais os efeitos da sazonalidade que se esperavam. Os próprios concelhos portugueses viram-se obrigados a fechar portas aos concelhos vizinhos estando dependentes apenas deles próprios para conseguirem subsistir. De todos os setores afetados, o setor turístico foi um dos que mais sofreu. Com o turismo fechado, e a impossibilidade de entrada de turistas estrangeiros no país, os turistas nacionais foram os que mais frequentaram as unidades hoteleiras do país quando houve a possibilidade e uma nova liberdade para o fazer, justificando assim a diferença de valores existente entre os turistas estrangeiros e os turistas portugueses no ano de 2020 (Gráfico 1).

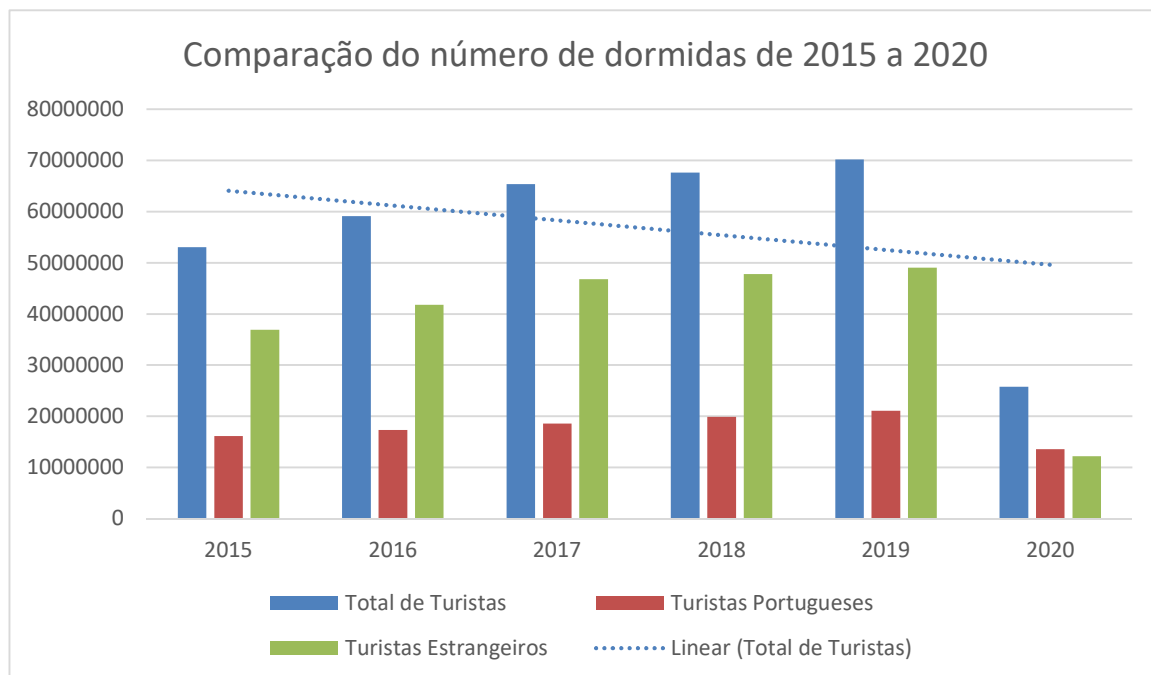


Gráfico 1- Comparação do número de dormidas de 2015 a 2020.

Fonte: Elaboração Própria através de dados retirados do INE (2021).

Como já foi referido anteriormente, o número de dormidas que apresentava até ao ano de 2019 uma evolução positiva, sofreu no ano de 2020 um decréscimo acentuado. No entanto, esse decréscimo não foi sentido apenas nas dormidas, mas também na procura turística em geral, como entradas para museus e monumentos históricos, bilhetes para concertos, entre outros.

Cabe agora ao setor turístico arranjar forma de combater esta tendência negativa que o ano de 2020 e consequentemente o ano de 2021, devido a todas as limitações impostas que pararam Portugal, apresentaram ao país, de forma a ser possível retornar à tendência de evolução positiva que o setor turístico apresentava no ano de 2019.

### 1.8. A Sazonalidade da Procura Turística no Município de Tomar

O concelho de Tomar, em particular a cidade em si, atrai muitos turistas e visitantes, sendo a grande maioria devida à presença do complexo Castelo e Convento de Cristo e da Sinagoga nele inseridos.

No entanto, o concelho de Tomar e a própria cidade têm muitos outros atrativos com um significado histórico e cultural tão grande como o Convento de Cristo e a Sinagoga e, é o conjunto desses atrativos que faz com que haja procura turística em Tomar.

Tomar é uma cidade procurada por turistas de todo o mundo, sendo na sua maioria de nacionalidade Francesa, Espanhola e Inglesa.

No Gráfico 2, é possível verificar a evolução da procura turística na cidade de Tomar desde o ano de 2015 até ao ano de 2020. É perceptível a diferença existente entre a procura turística registada por turistas de nacionalidade portuguesa e a procura turística registada por turistas de nacionalidade estrangeira.

Esta diferença de valores entre a procura turística por parte de turistas portugueses e a procura turística por parte de turistas estrangeiros ronda em média os 6000 turistas por ano, sendo 2018 o ano em que esse valor mais se acentuou com a média a rondar os 10000 turistas por ano.

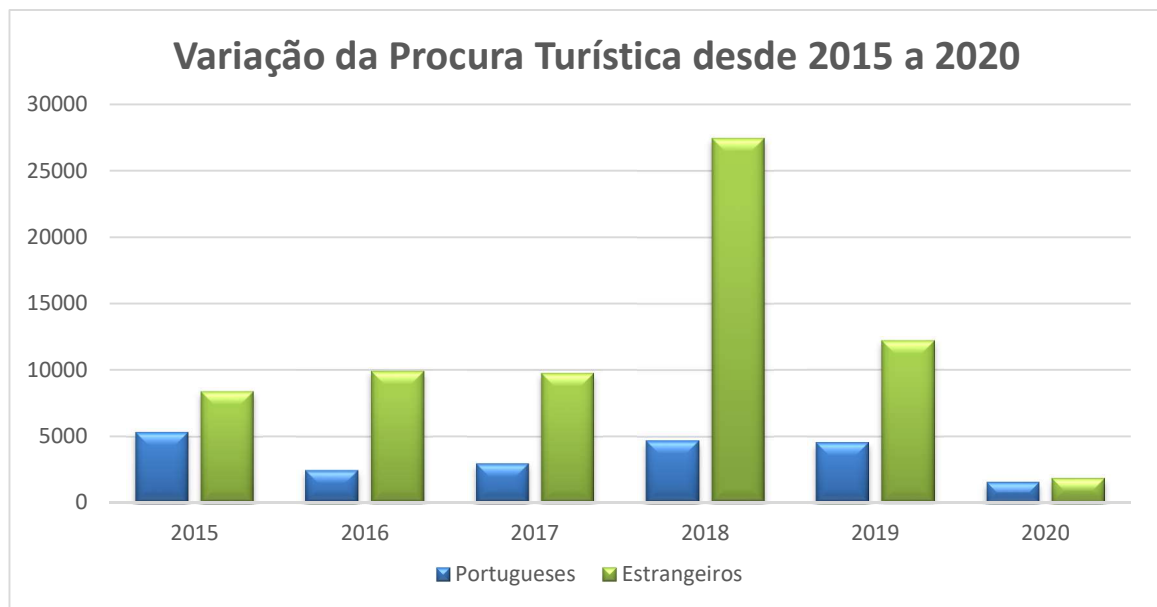


Gráfico 2 - Variação da Procura Turística desde 2015 a 2020.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados estatísticos cedidos pela Divisão de Turismo e Cultura da CMT (2021).

Relativamente às nacionalidades que mais visitam a cidade e o concelho de Tomar, é possível afirmar que sendo a nacionalidade portuguesa a mais registada, as três nacionalidades que mais visitam esta localidade são: a nacionalidade espanhola, a

nacionalidade francesa e a nacionalidade inglesa, como é possível verificar no Gráfico 3, no entanto, existem também outras nacionalidades a visitar o município de Tomar, ainda que não possuam uma percentagem tão elevada, como é o caso das nacionalidade holandesa, dinamarquesa, alemã, brasileira, a italiana, a japonesa e a chinesa.

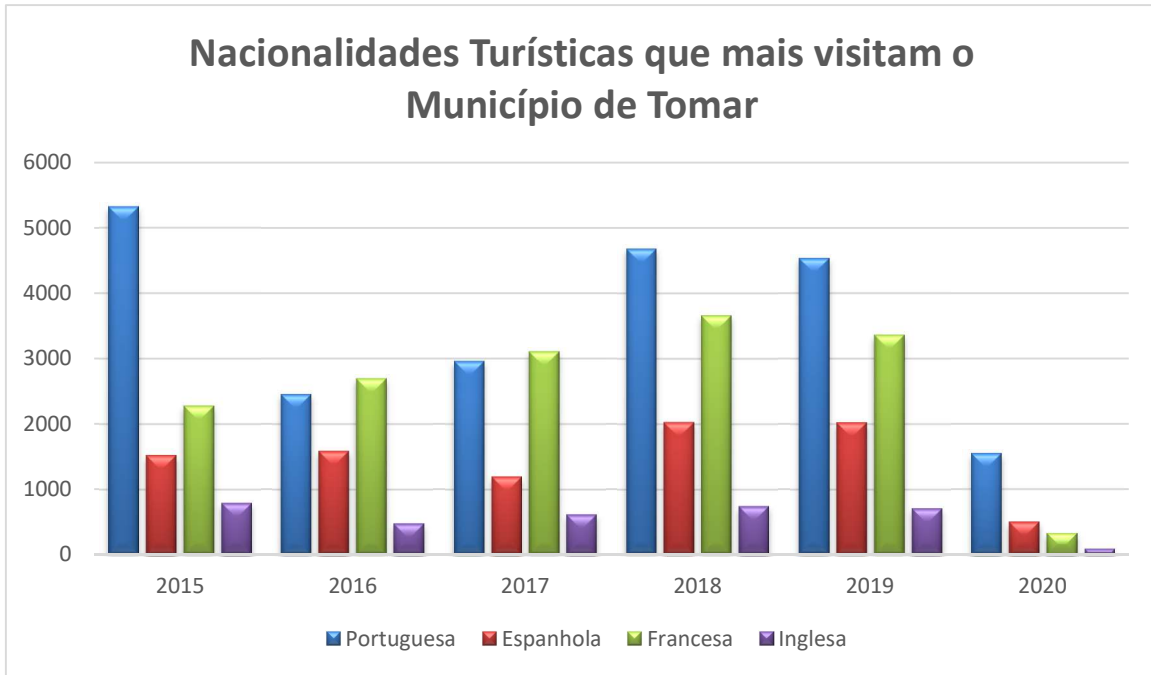


Gráfico 3 - Nacionalidades Turísticas que mais visitam o Município de Tomar.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados estatísticos cedidos pela Divisão de Turismo e Cultura da CMT (2021).

Todos os turistas e todas as nacionalidades são importantes para o crescimento do mercado turístico e hoteleiro e para que seja possível criar ligações com as diferentes partes do mundo, elevando assim Tomar e perpetuando a divulgação da região. No entanto, é importante ter em conta que são os turistas portugueses que mais se destacaram ao longo dos últimos 5 anos no município de Tomar, pois, são esses mesmos turistas que visitam a região na época baixa e fazem as já conhecidas “escapadinhas de fim de semana”, contribuindo assim para, em algumas situações, a salvação dos negócios e empresas durante a época mais fraca do ano a nível de receitas turísticas.

### **1.9. Proposta de Modelo Concetual**

A sazonalidade pode ser um fator complexo de compreender, levantando dúvidas e questões a quem a estuda.

Verifica-se que nem todos os autores que estudam a sazonalidade estão de acordo entre si, existindo alguns, que afirmam existir apenas dois tipos de fatores – naturais e institucionais – que afetam a decisão dos turistas e visitantes na altura de escolher o seu destino de férias, uma vez que estes fatores se baseiam apenas no clima e em eventos calendarizados. Outros autores, referem que além dos fatores mencionados anteriormente, é importante incluir também os fatores comportamentais, estando estes ligados à própria cultura e religião dos turistas.

Neste contexto, propõe-se neste estudo um modelo concetual (Figura 3), desenhado com base em diversos conceitos de vários autores sobre a sazonalidade, de forma a permitir uma compreensão mais resumida relativa à divisão existente dentro do conceito de sazonalidade. Aplicando-se, quer na parte componente temporal (épocas do ano – época alta, alta média e época baixa), quer na parte componente tipológica da mesma, uma vez que se divide em três tipos distintos de sazonalidade (sazonalidade natural, sazonalidade institucional e sazonalidade comportamental).

O modelo concetual apresenta-se estruturado de forma a simplificar a compreensão do fator da sazonalidade e, a partir do entendimento facilitado, idealizar soluções para atenuar os seus efeitos colaterais.

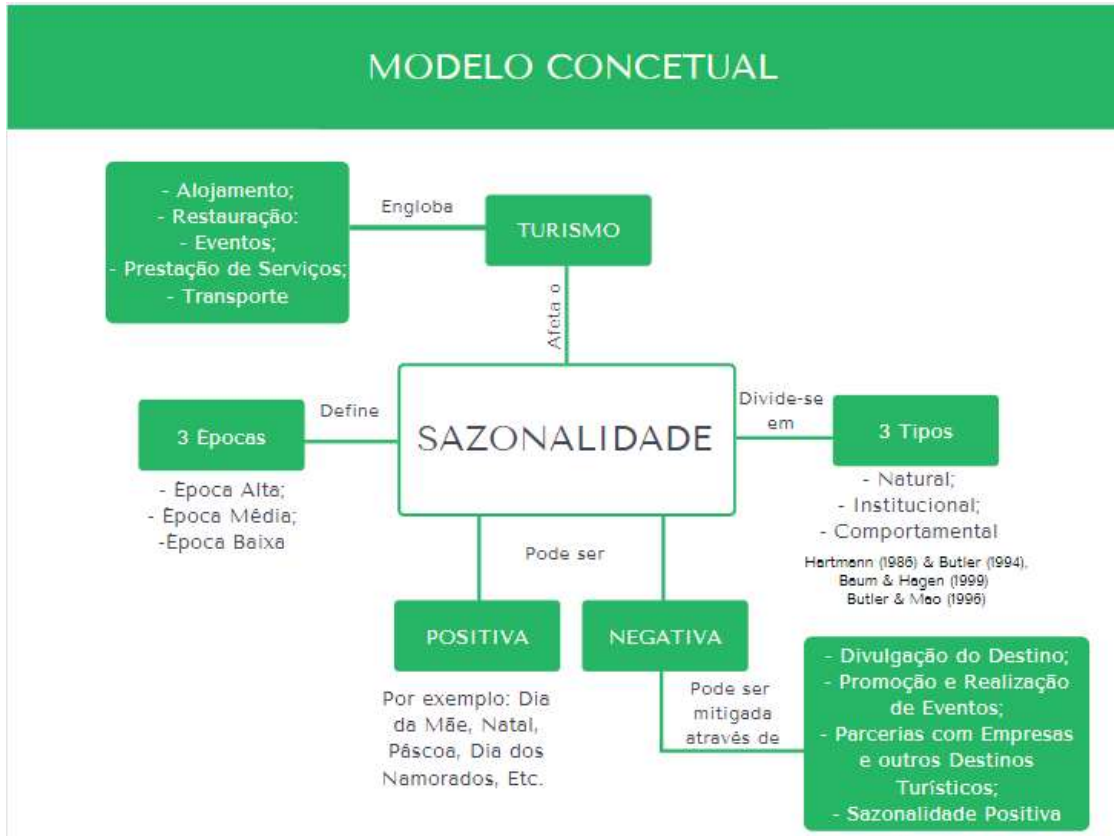


Figura 3 - Modelo Concetual aplicado ao tema de estudo..

Fonte: Elaboração Própria (2021).

O fator da sazonalidade provoca várias alterações a nível da procura turística existente, quer no alojamento e restauração, quer em outras atividades, estejam elas direta ou indiretamente ligadas ao setor turístico e hoteleiro. Este fator pode ainda ser definido pelas consequências que dele advêm, sendo estas positivas ou negativas. As consequências positivas referem-se, principalmente, a um aumento de receitas numa altura onde não era suposto existirem e se existem mais receitas, por vezes, significa que houve um aumento da procura prolongado, ocorrendo assim a criação de mais postos de trabalho, de forma a assegurar a oferta. No entanto, por vezes esta sazonalidade positiva deve-se a dias esporádicos ao longo do ano, como o Dia da Mãe, o Dia dos Namorados, entre outros. No que diz respeito à sazonalidade negativa, esta engloba uma oferta excessiva para a procura existente, conduzindo a uma baixa de receitas e a um maior desemprego, porque se não existem receitas, não é possível assegurar os postos de trabalho existentes.

Uma melhor compreensão do fator da sazonalidade e de todas as suas características conduz a uma melhor preparação para elaborar estratégias que mitiguem este fator e as suas consequências. A mitigação deste fator pode passar por estratégias como: uma maior divulgação do destino turístico, a promoção e realização de eventos, parcerias com empresas e outros destinos turísticos e, e o uso da sazonalidade positiva de forma a transformá-la num aumento de receitas.

A proposta de modelo concetual descrita neste estudo, apresenta-se como um importante contributo para a temática da sazonalidade, devendo ser adaptado a curto, médio e longo prazo ao território onde se insere, de forma a constituir-se num elemento base com linhas estratégicas de mitigação da sazonalidade.

## Capítulo 2: Alojamento Local e Empreendimento Turístico

---

Se existem conceitos que se encontram diretamente ligados, o turismo e o alojamento são um exemplo disso.

Para que exista turismo é necessário reunir uma série de condições, e a principal é o alojamento, que será posteriormente interligado com a restauração, as viagens e os eventos. Neste capítulo, encontrar-se-á esclarecida a diferença entre Alojamento Local e Empreendimento Turístico, bem como cada uma das tipologias que cada um destes engloba.

### 2.1. Alojamento Local

Todas as moradias, apartamentos e estabelecimentos de hospedagem podem ser considerados estabelecimentos de alojamento local, desde que disponham de autorização de utilização para prestarem serviços de alojamento temporário mediante remuneração, mas, não reúnam os requisitos necessários para serem considerados empreendimentos turísticos nos termos do Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de março, alterado pelos Decretos-Leis n.º 228/2009, de 14 de setembro, e 15/2014, de 23 de janeiro.

Os estabelecimentos de alojamento local têm de ter em conta alguns fatores, nomeadamente:

- Devem possuir requisitos mínimos de segurança e higiene definidos por portaria conjunta dos membros do Governo responsáveis pelas áreas do turismo e da administração local;
- Todos os estabelecimentos de alojamento local que reúnam os requisitos previstos no presente artigo são obrigatoriamente registados na câmara municipal da respetiva área;
- Apenas os estabelecimentos de alojamento local registados nas câmaras municipais da respetiva área podem ser comercializados para fins turísticos quer pelos seus proprietários, quer por agências de viagens e turismo;
- As câmaras municipais devem facultar ao Turismo de Portugal, I. P., o acesso informático ao registo do alojamento local;

- Os estabelecimentos referidos no presente artigo devem identificar-se como alojamento local, não podendo, em caso algum, utilizar a qualificação turismo e ou turístico, nem qualquer sistema de classificação.

## **2.2. Empreendimento Turístico**

Consideram-se empreendimentos turísticos todos os estabelecimentos que estejam destinados a prestar e oferecer serviços de alojamento em troca de remuneração e, onde está disponível todo um conjunto de estruturas, bem como equipamentos e serviços complementares, que reúnam todos os requisitos previstos no Decreto-Lei n.º39/2008, de 7 de março, na redação dada pelo Decreto-Lei n.º15/2014, de 23 de janeiro, no Decreto-Lei n.º128/2014 de 29 de agosto e nas respetivas alterações que foram introduzidas pelo Decreto-Lei n.º186/2015, de 3 de setembro.

São considerados empreendimentos turísticos todos Aldeamentos Turísticos de 3, 4 e 5 estrelas, os Apartamentos Turísticos, os Conjuntos Turísticos (Resorts), os Estabelecimentos Hoteleiros, os Empreendimentos de Turismo de Habitação, os Empreendimentos Turísticos de Espaço Rural e, os Parques de Campismo e Caravanismo.

### **2.2.1. Aldeamentos Turísticos**

São considerados aldeamentos turísticos todos os empreendimentos turísticos que são constituídos por um conjunto de instalações que sejam funcionalmente independentes e que possuam uma expressão arquitetónica coerente, com várias unidades de alojamento, situadas no mesmo território, que possuam vias de comunicação interna pelas quais seja possível fazer o trânsito de veículos de emergência, ainda que possam ser cruzados por estradas ou caminhos municipais previamente existentes, linhas de água ou faixas de terreno que sejam utilizadas para a preservação e conservação dos recursos naturais existentes, que tenham como destino proporcionar alojamento ou atividades complementares e de apoio a turistas e classificados de 3, 4 e 5 estrelas.

### **2.2.2. Apartamentos Turísticos**

Consideram-se apartamentos turísticos todos os empreendimentos turísticos que sejam constituídos por um conjunto de unidades de alojamento, apartamentos, sendo estas parte de um edifício ao qual se acede através de espaços interiores comuns: átrio, corredor, galeria ou escadaria, que se destinem a proporcionar alojamento e outros serviços complementares e de apoio a turistas e, que tenham a classificação de 3, 4 e 5 estrelas.

### **2.2.3. Conjuntos Turísticos (Resorts)**

São conjuntos turísticos (resorts) todos os empreendimentos turísticos que sejam constituídos por um núcleo de instalações interdependentes, que se encontrem situadas num mesmo espaço territorial, ainda que se encontrem atravessados por estradas ou caminhos municipais previamente existentes, linhas de água ou faixas de terreno que sejam utilizadas para a preservação e conservação dos recursos naturais existentes, que tenham como destino proporcionar alojamento ou atividades complementares e de apoio a turistas, que se encontrem sujeitos a uma administração comum e com serviços partilhados e de equipamentos de utilização comum, que sejam compostos por, pelo menos, dois empreendimentos turísticos, sendo que um deles, tem obrigatoriamente de ser um estabelecimento hoteleiro.

Nesta tipologia, só podem existir empreendimentos turísticos, no entanto, podem conter várias categorias.

### **2.2.4. Estabelecimentos Hoteleiros**

Consideram-se estabelecimentos hoteleiros todos os empreendimentos turísticos que tenham como destino e objetivo proporcionar serviços de alojamento e outros serviços que sirvam de acessório ou apoio, com ou sem fornecimento de refeições e, vocacionados a uma locação diária.

Estes estabelecimentos podem ser de três categorias: Hotéis, Hotéis-apartamento e Pousadas.

### **2.2.5. Empreendimentos de Turismo de Habitação**

Designam-se empreendimentos de turismo de habitação todos os estabelecimentos de natureza familiar, que se encontrem instalados em antigos imóveis particulares que, pelo seu valor arquitetónico, histórico ou artístico, sejam representativos de uma determinada época, sendo considerados principalmente palácios e solares, podendo estes estar localizados quer em espaço rural, quer em espaço urbano.

### **2.2.6. Empreendimentos de Turismo no Espaço Rural**

Empreendimentos de turismo no espaço rural – TER - são todos os empreendimentos que se destinem a prestar serviços de alojamento a turistas em espaço rural, tendo como objetivo preservar, recuperar e valorizar o património arquitetónico, histórico, natural e paisagístico que se encontra nos respetivos locais e regiões onde estes se localizam. Este objetivo é concretizado através da reconstrução, da reabilitação ou de uma ampliação de construções já existentes, de maneira a que seja assegurada toda a sua integração no meio envolvente. Os empreendimentos de turismo em espaço rural podem ser: Casa de Campo, Agro-turismo e Hotéis Rurais.

### **2.2.7. Parques de Campismo e de Caravanismo**

São parques de campismo e de caravanismo todos os empreendimentos turísticos que se encontrem instalados em terrenos, públicos ou privados, que se encontrem devidamente delimitados e dotados de estruturas que permitam a instalação de tendas, reboques, caravanas ou autocaravanas e qualquer outro material e equipamento que seja utilizado para a prática de campismo ou caravanismo.

Após a revisão dos conceitos de alojamento local e empreendimento turístico é possível retirar as seguintes conclusões em relação aos mesmos: os empreendimentos turísticos são a sucessão dos alojamentos locais, isto é, os empreendimentos turísticos são, basicamente, alojamentos locais, mas, carecem de mais regras para que possam ter a denominação de empreendimentos turísticos. Segundo a legislação, os alojamentos locais são estabelecimentos de que prestam serviços de alojamento temporário em troca de

remuneração, mas, não reúnem todas as condições necessárias para alcançar o próximo patamar, ou seja, para se tornarem empreendimentos turísticos. Assim, é possível assumir que todos os empreendimentos turísticos poderiam ser apenas considerados como estabelecimentos de alojamento local, caso não cumprissem as regras impostas.

## Capítulo 3: Estudo de Caso – A Sazonalidade Turística na hotelaria no Município de Tomar

Neste capítulo encontra-se a contextualização quer geográfica, quer administrativa do município de Tomar e, também uma breve contextualização histórica. Finalmente, realiza-se uma inventariação dos empreendimentos turísticos registados no Registo Nacional de Turismo (RNT) existentes nesta região, estando estes organizados por categoria de estrelas.

### 3.1. Contextualização do Município de Tomar

O concelho de Tomar pertence ao distrito de Santarém e encontra-se localizado na região Centro de Portugal, incluída nas NUT II, mais precisamente na sub-região do Médio Tejo, sendo esta designada por NUT III, fazendo parte da antiga província do Ribatejo.

Este concelho conta com uma área de 351,2 km<sup>2</sup>, uma população de 40.677 indivíduos (Censos 2011) e, uma densidade geográfica de 115,8 Hab./km<sup>2</sup> (Tabela 4).

Município	População						Famílias	Alojamentos
	Residente			Presente				
	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres		
<b>Tomar</b>	40,677	19,271	21,406	39,449	18,538	20,911	16,391	26,368

Tabela 4 - Estatística do Concelho de Tomar, Censos 2011.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados retirados do INE (2021).

Comparando o número de habitantes do município de Tomar em 2021, em relação aos dados existentes do ano 2011, a população do município sofreu um decréscimo de 10,4%, ou seja, dos 40.677 habitantes existentes no município em 2011, existem agora apenas 36.444, resultando assim numa perda de 4.233 pessoas.

No município de Tomar, tal como em 2011, o número de indivíduos do género feminino é superior ao número de indivíduos do género masculino (Tabela 5).

**População**

Município	Residente			Presente			Famílias	Alojamentos
	Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres		
<b>Tomar</b>	36,444	17,077	19,367	35,216	16,344	18,872	15,724	25,994

Tabela 5 - Estatística do Concelho de Tomar, Censos 2021.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados retirados do INE (2021).

Banhado pelo rio Nabão, que é afluente do Rio Zêzere, estando incluída na bacia hidrográfica do Tejo, o maior rio da Península Ibérica, o concelho de Tomar vê nele inserido 11 freguesias, após a aprovação da Lei nº11-A/2013, de 28 de janeiro, que implementou a RATF, sendo elas Asseiceira; Carregueiros; Olalhas; Paialvo; S. Pedro de Tomar; Sabacheira; União das Freguesias de Além da Ribeira e Pedreira; União das Freguesias de Casais e Alviobeira; União das Freguesias de Madalena e Beselga; União das Freguesias de Junceira e Serra e União das Freguesias de Tomar (Figura 4).



Figura 4- Mapa das Freguesias do Concelho de Tomar.

Fonte: Câmara Municipal de Tomar.

O município é limitado a norte pelo município de Ferreira do Zêzere, a leste por Abrantes, a sul por Vila Nova da Barquinha, a oeste por Torres Novas e a Noroeste por Ourém (Figura 5).

Devido à sua localização na parte norte da região ribatejana, o concelho de Tomar encontra-se numa das zonas mais férteis de Portugal, para produção de diversas culturas tais como o azeite, o figo ou a vinha.



Outra opção para quem viaja pelo lado Norte do país é a saída da autoestrada A1 em Fátima, seguindo depois pelo itinerário complementar IC9, saindo na saída que diz “Carregueiros”, chegando a esta saída apenas é necessário seguir as indicações que levam à cidade.

No entanto, se o acesso for realizado pela parte Sul do país, deve-se circular pela autoestrada A1, até à saída do nó de Torres Novas, ao quilómetro 93.

Se a viagem tiver início na zona interior do país, a circulação deve ser realizada pela autoestrada A23 até ser visível a saída do nó do Fratel, onde se deve escolher a entrada do itinerário complementar IC8 e, finalmente, entrar na autoestrada A13 até ser visível a indicação “Tomar Norte”, após esta saída, deve-se seguir a estrada nacional EN110 até à cidade de Tomar.

O concelho de Tomar conta ainda com um vasto serviço de transportes públicos, rodoviários e ferroviários, uma vez que possui um terminal rodoviário que permite deslocações dentro do concelho e para fora do concelho (Ourém, Fátima, Nazaré, Batalha), e uma estação ferroviária da CP – Comboios de Portugal, que permite uma ligação rápida a várias zonas do país.

Dentro da cidade e na sua periferia, é ainda possível utilizar os transportes urbanos municipais, os TUT, que dispõem de três rotas diferentes, com várias paragens para que seja mais fácil de chegar ao local desejado e possibilita assim a visita a vários locais de interesse turístico do município, como o Aqueduto dos Pegões.

### **3.2. Contextualização Histórica do Município de Tomar**

A fixação humana no território que hoje conhecemos como “Tomar”, remonta a mais de 30 mil anos atrás quando, pelo magnífico clima, excelentes solos, água abundante e a fácil e ótima comunicação fluvial que existiam, criaram o ambiente perfeito para a criação de uma cidade. Existem ainda, nos dias de hoje, várias marcas das várias civilizações pré-históricas que se instalaram nesta região, como utensílios, lápides, moedas, algumas esculturas, peças de uso quotidiano, a lenda de Santa Iria padroeira da cidade, rodas de rega e açudes de estacaria, como os existentes no jardim do Mouchão e a toponímia; são ainda visíveis estruturas como a anta do Vale da Lage, a gruta da Nossa Senhora das Lapas e a gruta do Caldeirão (Trincão, 2016).

A parte territorial que hoje se conhece como “Tomar” foi, no ano 4820 a.C., ocupado pelo povo dos Túrdulos, tendo sido eles a atribuir o primeiro nome que o rio viria a ter, “Nabanus”, sendo uma derivação do nome do deus das águas “Naba”, sendo então o território denominado por “Nabância”, o primeiro de todos os nomes que possuiu.

Com a chegada dos muçulmanos, mil anos depois, o nome do rio foi alterado para “Tamaramá”, que significa “águas doces”. No entanto, após quatrocentos anos, a denominação do rio voltou a ser alterada, e o mesmo passou a ser conhecido por “Thomar”, palavra que deriva do latim *tamarus*, aparecendo esta designação no documento Crónica dos Godos, pela primeira vez (Trincão, 2016).

“Nabão”, é o nome pelo qual todos conhecem o rio que atravessa a cidade de Tomar nos dias de hoje, apareceu pela primeira vez em documentos que remontam ao ano de 1254. Não se sabe ao certo a razão da alteração do nome, suspeita-se apenas que tenha sido a população a realizá-la, uma vez que não faria sentido que o rio e o território fossem denominados da mesma forma. Assim, o nome do rio retornou à primeira denominação que este havia possuído, “Nabanus”, sendo o nome oficial a variação da palavra “Nabão” (Trincão, 2016). No que diz respeito à resenha histórica da cidade de Tomar, sabe-se que foi no século I d.C., que durante a ocupação do Império Romano, a cidade de *Sellium* foi construída e, ainda hoje é possível encontrar vestígios dessa ocupação, como a ponte romana, vulgarmente designada como ponte velha pelos habitantes da cidade, as ruínas do fórum de *Sellium*, fragmentos de esculturas, estradas, entre outros.

No decorrer do século VII, quando os visigodos que já se haviam convertido ao cristianismo, dominavam o território peninsular, ocorreu a construção de vários conventos de freiras e frades neste território. Foi em meados deste século, que ficou marcado o episódio lendário do martírio da padroeira de Tomar, a Santa Iria, mais concretamente no dia 20 de outubro do ano de 653.

No ano de 716, aquando a ocupação dos árabes numa povoação deste território “*Sellio-Namba*”, onde na altura existiam locais de produção e comercialização de produtos agrícolas, se deu a criação de rodas de rega e a construção de uma fortaleza, supõem-se que seja onde atualmente se encontra edificado o castelo, pela sua ótima localização que permitia observar todo o território e a chegada de inimigos (Trincão, 2016).

Relativamente à contextualização histórica, é importante referir alguns acontecimentos marcantes da história de Portugal que estão diretamente ligados à história de Tomar.

Foi no ano de 1126, século XII, que se deu o aparecimento dos Templários na Península Ibérica e em Portugal. Tal aconteceu devido à ameaça de expansão do islamismo levada a cabo pelos muçulmanos nesta região, e é nestas circunstâncias que chega ao condado portugalense D. Guilherme Ricardo, que viria a ser o primeiro Mestre da Ordem dos Templários (Cardoso, 2012).

É no ano de 1128, que D. Teresa doa ao mestre a quinta da Fonte da Arcada em Penafiel-Braga, todavia, a necessidade dos Templários se posicionarem mais perto das linhas avançadas dos mouros, fizeram com que estes se deslocassem mais para sul (Cardoso, 2012). Corre o ano de 1157 quando D. Gualdim Pais é elevado a Grão-Mestre, tornando-se assim no quarto mestre da Ordem dos Templários e o primeiro mestre português desta Ordem.

No ano de 1158, D. Afonso Henriques preocupado com as incursões dos Mouros para norte do Tejo, doa aos Templários o castelo de Cêras – *Castrum Caearis*, local que terá desagradado a D. Gualdim Pais, que terá sido informado por um dos seus fiéis besteiros de uma terra de nobres cristãos chamada Nabância, onde se localizava um mosteiro beneditino e um rio de forte caudal. D. Gualdim Pais, deixa assim a localidade de Cêras e instala-se na margem esquerda do rio Nabão e foi aí que ordenou a edificação do castelo, sobre as ruínas de um antigo povoado moçárabe (Cardoso, 2012).

Foi a 1 de março de 1160, século XII, que D. Gualdim Pais fundou a cidade de Thomar, que viria depois a ser Sede das Ordens do Templo e de Cristo, quando teve início a construção do Castelo dos Templários.

O castelo dos Templários terá demorado cerca de 44 anos a ficar concluído, devido ao facto de possuir três grandes círculos de muralhas, de modo a não ser possível ao inimigo derrotá-los, tendo a obra sido dada como finalizada no ano de 1204, século XIII.

D. Gualdim Pais concedeu a Thomar os seus dois primeiros forais, no ano de 1162 – século XII e no ano de 1174 – século XII, respetivamente, documentos existentes que os reis ou governadores utilizavam para dar poder a vilas e cidades onde existissem governos municipais.

Tomar foi crescendo ao seu ritmo dentro das muralhas do castelo, onde todos os seus habitantes se encontravam protegidos das investidas dos exércitos muçulmanas, referentes à Reconquista Cristã. Devido ao grande crescimento da população, foi necessária a construção de habitações fora das muralhas do castelo, tendo a povoação ficado instalada na base do monte, voltada para o rio Nabão (Fernandes, 2007).

### 3.3. Análise SWOT do Município de Tomar

A análise SWOT tem por base a junção da análise interna e externa que pode ser realizada a empresas e organizações, fazendo uma única análise onde avalia todos os fatores que são importantes para o desenvolvimento e evolução das mesmas (Fernandes, 2011).

Esta análise permite identificar e analisar todas as várias potencialidades que o concelho de Tomar tem para oferecer e, divide-se em duas partes: a parte do ambiente interno, que diz respeito aos pontos fortes e pontos fracos e, a parte do ambiente externo, que diz respeito às oportunidades e ameaças (Pires, 2017).

As forças e fraquezas representam todas as ações que estão ao alcance de resolução por parte da empresa ou organização no presente, por sua vez, as oportunidades e ameaças dizem respeito às ações que as podem beneficiar ou prejudicar no futuro.

A presente análise SWOT do concelho de Tomar é apresentada sob a forma de matriz (Tabela 5).

#### Ambiente Interno

Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marca Templária notável;</li> <li>• Eventos de Projeção Nacional e Internacional (Festa Templária e Festa dos Tabuleiros);</li> <li>• Património histórico e cultural vasto;</li> <li>• Rotas religiosas: Caminho Português de Santiago de Compostela;</li> <li>• Rotas culturais: Rota dos Mosteiros, Rota Templária;</li> <li>• Bons Acessos rodoviários;</li> <li>• Capacidade para acolher eventos de grandes dimensões;</li> <li>• Segurança e tranquilidade;</li> <li>• Proximidade a aeroportos em Lisboa e no Porto;</li> <li>• Destino centralizado;</li> <li>• Património da UNESCO;</li> <li>• Praias Fluviais.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planeamento turístico insuficiente;</li> <li>• Oferta de restauração pouco qualificada;</li> <li>• Informação turística escassa;</li> <li>• Sistema de transportes públicos debilitado;</li> <li>• Falta de investimento em recursos turísticos por parte da autarquia;</li> <li>• Relação Convento de Cristo-Cidade de Tomar precária;</li> <li>• Deficiências urbanísticas;</li> <li>• Concorrência forte a nível turístico por parte de concelhos vizinhos;</li> <li>• Falta de estacionamento gratuito;</li> <li>• Estadia inferior à média da região centro – sazonalidade considerável;</li> <li>• Promoção insuficiente e ineficiente.</li> </ul>

<b>Ambiente Externo</b>	
<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procura exponencial do Caminho Português de Santiago de Compostela;</li> <li>• Exploração da Albufeira de Castelo de Bode para atividades náuticas;</li> <li>• Comunidade sensibilizada para o turismo;</li> <li>• Melhorar a informação sobre o destino e a sua divulgação;</li> <li>• Capital humano formado e capacitado no Instituto Politécnico de Tomar;</li> <li>• Aumento do turismo desportivo e turismo de natureza;</li> <li>• Adaptações de horários de atrativos turísticos e transportes às necessidades dos turistas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concorrência direta com destinos que contêm ofertas semelhantes;</li> <li>• Dependência do excursionismo;</li> <li>• Falta de operadores turísticos capazes de promover destinos turísticos no interior;</li> <li>• Pouco interesse por parte de investidores de investir no concelho;</li> <li>• Excesso de burocracia;</li> <li>• Os pacotes turísticos oferecem dormidas em Batalha e Alcobaça em vez de Tomar.</li> </ul>

Tabela 6- Análise SWOT do Município de Tomar.

Fonte: Adaptado de Pires (2017).

Apesar de todas as vantagens e de toda a oferta existente em Tomar, é necessário trabalhar mais e melhor para corrigir as lacunas existentes. É necessário mostrar Tomar como um ponto de permanência e não apenas como um ponto de passagem. Muitas das excursões que vêm até Tomar, dirigem-se apenas ao complexo do castelo e Convento de Cristo e, assim que terminam a visita, seguem para a Batalha ou para Alcobaça, acabando por pernoitar num desses concelhos.

É importante apostar em mais e melhor promoção, não só a nível da cidade e do município, mas também a nível da oferta hoteleira existentes.

### 3.4. Inventariação dos empreendimentos turísticos registados no Município de Tomar

O concelho de Tomar conta com dezanove empreendimentos turísticos registados e, estes encontram-se divididos em 4 categorias:

- Hotéis de 5 estrelas;
- Hotéis de 4 estrelas;
- Hotéis de 2 estrelas;
- Alojamento sem atribuição de estrelas.

#### Empreendimentos Turísticos Registados no Município de Tomar

<b>Categoria</b>	<b>Tipologia</b>	<b>Nome</b>	<b>Número de Registo</b>
5 Estrelas	Estabelecimento Hoteleiro - Hotel	Hotel República	9358
4 Estrelas	Estabelecimento Hoteleiro - Hotel	Casa dos Ofícios Hotel	8531
	Estabelecimento Hoteleiro - Hotel	Thomar Boutique Hotel	8143
	Estabelecimento Hoteleiro - Hotel	Hotel dos Templários	30
2 Estrelas	Estabelecimento Hoteleiro - Hotel	Hotel Trovador	4663
	Estabelecimento Hoteleiro - Hotel	Hotel Bonjardim	3077
	Estabelecimento Hoteleiro - Hotel	Hotel Kamanga	2979
	Estabelecimento Hoteleiro - Hotel	Hotel Cavaleiros de Cristo	1531
	Estabelecimento Hoteleiro - Hotel	Hotel Sinagoga	691
	Parque de Campismo e/ou Caravanismo	Camping Redondo	7488
	Empreendimento de Turismo no Espaço Rural - Casa de campo	Casa de São Miguel	7443
	Empreendimento de Turismo no Espaço Rural - Casa de campo	Agartha Boutique Hotel – Turismo Rural	5414

Sem Atribuição de Estrelas	Parque de Campismo e/ou Caravanismo	Parque de Campismo Rural dos Pelinos	5372
	Empreendimento de Turismo no Espaço Rural - Casa de campo	Quinta do Lagar de São José	4350
	Empreendimento de Turismo no Espaço Rural - Agro-turismo	Quinta do Valle	1281
	Empreendimento de Turismo no Espaço Rural - Casa de campo	Casa da Avó Genoveva	1202
	Empreendimento de Turismo no Espaço Rural - Casa de campo	Quinta da Anunciada Velha	900
	Empreendimento de Turismo no Espaço Rural - Agro-turismo	Quinta de São José dos Montes	897
	Empreendimento de Turismo no Espaço Rural - Casa de campo	Quinta do Troviscal	789

Tabela 7- Lista dos Empreendimentos Turísticos Registados no Município de Tomar.

Fonte: Elaboração Própria (2021).

De todos os 19 empreendimentos turísticos registados no município de Tomar, apenas 9 se encontram localizados na zona urbana da cidade, os restantes 10 empreendimentos turísticos registados encontram-se localizados na zona rural do município de Tomar.

### 3.5. Caraterização dos Empreendimentos Turísticos registados no Município de Tomar

A caraterização dos empreendimentos turísticos registados no concelho de Tomar realiza-se tendo em conta a tipologia do empreendimento, o número de unidades de alojamento que oferece, a sua localização e as facilidades que oferecem aos turistas que os procuram.

#### 3.5.1 Empreendimentos Turísticos com categoria de 5 estrelas

O **Hotel República** é um hotel situado na zona histórica da cidade de Tomar, mais precisamente na Praça da República da cidade de Tomar (Figura 6).

Este hotel é composto por dezanove unidades de alojamento, sendo que destas, catorze são quartos duplos Deluxe e duplos Superior, três são quartos singles e dois são suítes.

O hotel está dividido por três pisos: o rés do chão, onde se situa a receção com zona de estar e a sala dos pequenos almoços, bar e restaurante; o primeiro e o segundo andar, são compostos pelos diversos quartos.

Para além das dezanove unidades de alojamento, o Hotel República oferece também a quem o visita um maravilhoso restaurante e bar, um jacuzzi mediante marcação e disponibilidade e, tem ainda ao dispor dos seus hóspedes vários serviços como, cabeleireiro, estética e massagens.



Figura 6 - Fachada do Hotel República.

Fonte: Autoria Própria (2021).

### 3.5.2 Empreendimentos Turísticos com categoria de 4 estrelas

A **Casa dos Ofícios Hotel** é um hotel situado na zona histórica da cidade de Tomar, mais precisamente na Rua Silva Magalhães, nº71, 2300 Tomar (Figura 7).

Este hotel é composto por catorze unidades de alojamento, sendo que destas, dez são quartos duplos, três são quartos duplos superiores e um é uma suite.

O hotel está dividido por três pisos: o rés do chão, onde se situa a receção com zona de estar e a sala dos pequenos almoços; o primeiro andar, onde são apresentados seis quartos, uma magnífica sala de estar que é complementada com um *honesty* bar e, contígua a este espaço surge a biblioteca; o segundo andar é composto apenas por quartos, nele podemos encontrar os oito quartos restantes (Estudo de Viabilidade Casa dos Ofícios Hotel, 2017).

Para além das catorze unidades de alojamento, a Casa dos Ofícios oferece também a quem a visita uma magnífica receção e sala de pequenos almoços, uma aprazível sala de estar, biblioteca e um simpático pátio.



Figura 7 - Fachada da Casa dos Ofícios Hotel.

Fonte: Autoria Própria (2021).

O **Thomar Boutique Hotel** é um hotel situado no limiar da zona histórica da cidade de Tomar, mais precisamente na Rua de Santa Iria, nº14, 2300 Tomar (Figura 8).

Este hotel é composto por vinte e quatro unidades de alojamento, sendo estas divididas em quatro Eras distintas: Era Romana, Era Templária, Era dos Descobrimentos e Era Industrial e por três tipologias: Quarto Duplo ou *Twin Standard* ou *Premium*, Quarto Triplo e Suite Duplex.

O hotel está dividido por quatro pisos: o rés do chão, onde se situa a receção com zona de estar e a sala dos pequenos almoços; o primeiro e o segundo andar, onde se localizam os vários quartos disponíveis e o *rooftop*.

Para além das vinte e quatro unidades de alojamento, o Thomar Boutique Hotel oferece também a quem o visita um simpático terraço, onde os hóspedes se podem deliciar com a paisagem e contemplar a cidade ou apenas desfrutar de um final de dia calmo e apreciar um magnífico pôr do sol.



Figura 8 - Fachada do Thomar Boutique Hotel.

Fonte: Aatoria Própria (2021).

O **Hotel dos Templários** é dos hotéis mais antigos da cidade de Tomar e encontra-se situado na zona histórica da cidade de Tomar, mais precisamente no Largo Cândido dos Reis Nº1 2300 Tomar (Figura 9).

Este hotel é composto por cento e setenta e sete unidades de alojamento, sendo estas divididas por três tipologias: cento e sessenta e sete Quartos Standard e Superior e dez Suites Juniores, Duplex e Presidencial.

O hotel está dividido por quatro pisos e, para além das cento e setenta e sete unidades de alojamento, o Hotel dos Templários oferece também a quem o visita uma piscina, *health club*, pacotes personalizados como o Pacote Lua de Mel, o Pacote Cultura Templária ou o Pacote SPA, heliporto e parque para crianças.



Figura 9 - Entrada do parque do Hotel dos Templários.

Fonte: Autorial Própria (2021).

Dos três empreendimentos turísticos registados com a categoria de 4 estrelas, o Hotel do Templários é o mais antigo de todos, sendo por isso o mais conhecido a nível regional e nacional. Os restantes, o Thomar Boutique Hotel e a Casa dos Ofícios Hotel, abriram portas em 2018 e 2019, respetivamente, e são neste momento dos hotéis mais requisitados da cidade, dado a sua localização.

### 3.5.3 Empreendimentos Turísticos com categoria de 2 estrelas

O **Hotel Trovador** encontra-se situado na zona histórica da cidade de Tomar junto à estação dos comboios e à rodoviária da cidade, mais precisamente na rua 10 de Agosto 1385, 22 2300 Tomar (Figura 10).

Este hotel é composto por trinta unidades de alojamento, sendo estas divididas por duas tipologias: vinte e oito quartos Duplos ou *Twin* e duas suites. O hotel está dividido por três pisos.



Figura 10 - Fachada do Hotel Trovador.

Fonte: Autoria Própria (2021).

O **Hotel Bonjardim**, localizado na Praceta de Santo André n.º 5, 2300-445 Tomar, já na parte nova da cidade Templária. Oferece a quem o procura catorze quartos equipados com controlo de temperatura, TV multicanal e área de trabalho para uma agradável estadia em Tomar (Figura 11).



Figura 11 - Fachada do Hotel Bonjardim.

Fonte: Autoria Própria (2021).

O **Hotel Kamanga** encontra-se situado na zona nova da cidade de Tomar, mais precisamente na Rua Major Ferreira do Amaral, n.º 16 - 2300 Tomar (Figura 12).

O Hotel Kamanga oferece aos seus visitantes quartos com boas condições, quer seja para uma estadia de lazer ou para uma estadia de carácter profissional. Todos os quartos estão equipados com telefone direto, TV via satélite, ar condicionado com controlo individual e *wi-fi* gratuito. A acrescentar a todas estas comodidades, existe ainda a magnífica vista para a cidade, à distância de uma janela.



Figura 12 - Fachada do Hotel Kamanga.

Fonte: Aatoria Própria (2021).

O **Hotel Cavaleiros de Cristo** encontra-se situado na zona histórica da cidade de Tomar junto ao rio Nabão, mais precisamente na Rua Alexandre Herculano nº7, 2300 Tomar (Figura 13).

Este hotel é composto por dezassete unidades de alojamento, sendo estas divididas em quatro por três tipologias: Quartos Individuais, Quartos Duplos e Quartos Duplos Superiores.

O hotel está dividido por três pisos e, para além das dezassete unidades de alojamento, oferece também a quem o visita uma sala de estar no segundo piso, e serviço de lavandaria.



Figura 13 - Fachada do Hotel Cavaleiros de Cristo.

Fonte: Autoria Própria (2021).

O **Hotel Sinagoga** encontra-se situado na zona histórica da cidade de Tomar junto ao rio Nabão, mais precisamente na Rua Gil Avô, 2300 Tomar (Figura 14).

Este empreendimento turístico, oferece a quem o visita vinte quartos equipados com controle de temperatura, TV multicanal e mesa de trabalho para uma estadia agradável em Tomar.

Situado no coração da cidade, permite a quem o escolhe como alojamento um rápido acesso aos pontos mais importantes e de passagem obrigatória da cidade.



Figura 14 - Entrada do Hotel Sinagoga.

Fonte: Autoria Própria (2021).

Os atuais hotéis de 2 estrelas, eram antigamente conhecidos como residenciais. Apesar de compreenderem uma parte importante da oferta hoteleira em Tomar, levavam a que houvesse, antigamente, uma grande diferença em relação à categoria de 4 estrelas, quando apenas existia o Hotel dos Templários, e as residenciais existentes na altura. Com a reformulação de residenciais para hotéis de 2 estrelas e a criação de mais dois hotéis de 4 estrelas, as discrepâncias existentes entre as duas categorias foram diminuindo.

### 3.5.4 Empreendimentos Turísticos sem atribuição de estrelas

O **Camping Redondo** encontra-se situado perto da praia fluvial da Serra de Tomar, mais precisamente na Rua do Casal Rei 6, Poço Redondo, Tomar 2300-035, Junceira, Portugal (Figura 15).

Este parque de campismo é composto por duas áreas, uma destinada aos amantes de campismo, que pode ser realizado em tendas ou caravanas e autocaravanas e uma outra área onde se encontram os cinco *chalets*, que têm capacidade para até seis adultos e duas crianças. Para além das várias comodidades que apresenta, o Camping Redondo oferece ainda a quem o escolhe para descansar e apreciar a natureza uma série de atividades, tais como: Percursos de caminhada com planos detalhados em inglês, português e holandês, aluguer de canoas, visitas guiadas à cidade de Tomar, área de jogos / *fitness* ao ar livre, jogos de tabuleiro; sessões de *Thai-chi* e Ioga, algumas atividades ligadas à agricultura como a vindima em setembro; a apanha da azeitona em outubro / novembro e a apanha de Cogumelos Selvagens em fevereiro e novembro, oficinas de artesanato, passeios a cavalo perto do Redondo *Lodges & Camping* e atividades náuticas como *kayak / wakeboard / paddle boarding*.



Figura 15 - Entrada do Camping Redondo.

Fonte: Website do Camping Redondo.

A **Casa de São Miguel** encontra-se situada na localidade dos Vales, na união de freguesias Além da Ribeira e Pedreira, mais precisamente na Rua das Casas Velhas, 8 C,2305-014, Tomar (Figura 16).

Esta casa conta com três quartos duplos e uma piscina sazonal para que os seus hóspedes se refresquem nos dias mais quentes.

Casa humilde e modesta, oferece a possibilidade de viajar com os animais de estimação, uma vez que o próprio proprietário é um amante dos animais e refere que não “faz sentido ir passar férias em família e deixar metade da família em casa”.

Para além da piscina e da possibilidade de ter animais de estimação, a Casa de São Miguel oferece também, a quem o desejar, travessias de canoa até desde o Agroal até Constância.



Figura 16- Entrada da Casa de São Miguel.

Fonte: Autorial Própria (2021).

O **Agartha Boutique Hotel** é um empreendimento turístico de turismo rural localizado na freguesia da Sabacheira, mais precisamente na Rua da Capela 41, Monchite – Sabacheira, 2380 Tomar (Figura 17).

Esta unidade hoteleira conta com dois blocos separados com nove quartos duplos, estando estes divididos da seguinte maneira: seis quartos no bloco principal, dois quartos com casa de banho incluída e um quarto no bloco novo, todos com pequeno almoço incluído.

Para além dos quartos o Agartha Boutique Hotel conta ainda com: um gabinete de massagens, um escritório, uma sala de reuniões com capacidade para cinquenta pessoas e um restaurante com capacidade para vinte pessoas.



Figura 17 - Entrada do Hotel Agartha.

Fonte: Autoria Própria (2019).

O **Parque de Campismo Rural dos Pelinos** encontra-se localizado numa zona do concelho de Tomar, mais precisamente em Pelinos 77, Aboboreiras 2300-093 Tomar, Portugal (Figura 18).

Este parque de campismo encontra-se perto de vários restaurantes locais e oferece várias comodidades a quem o escolhe, como por exemplo: Água e eletricidade em todos os vinte e cinco alvéolos, *Wi-Fi* gratuito no parque todo, dois blocos de balneários com chuveiros de água quente, lava loiça com água quente, fácil acesso a autocaravanas e caravanas, informação turística da região, ponto de descarga de sanitas químicas e águas residuais de autocaravanas e caravanas, pontos de carregamento de telemóveis, *tablets* e acessórios informáticos, máquina de lavar e espaços para lavar as roupas à mão, serviço de entrega pão e ovos frescos.



Figura 18 - Entrada do Parque de Campismo Rural dos Pelinos - Camping Pelinos.

Fonte: Autoria Própria (2021).

A **Quinta do Lagar de São José** encontra-se localizada na localidade de Paialvo, mais precisamente na Avenida Vera Cruz, 74 2305-515 Paialvo – Tomar Portugal (Figura 19).

Esta quinta conta com dois edifícios, nos quais se encontram inseridos 18 unidades de alojamento de diferentes tipologias.

Este empreendimento turístico conta com 1800 m<sup>2</sup> e, oferece também a quem o visita a possibilidade de disfrutar de todas as regalias que nele estão inseridas: piscina, jardim, laranjal, campo de futebol e ténis, bar exterior e interior, lareiras, restaurante para hóspedes e público em geral, espaçosos terraços, sala multiusos e acesso *Wi-Fi* gratuito.



Figura 19 –Foto aérea da Quinta do Lagar de São José.

Fonte: Website da Quinta do Lagar de São José.

A **Quinta do Valle** localiza-se em Santa Cita 2305-120, Tomar Portugal (Figura 20).

Esta quinta dispõe de sete apartamentos que contam com cozinha equipada, casa de banho e sala de estar com lareira.

Para além das comodidades dos apartamentos, esta quinta oferece a quem a procura, um magnífico jardim e uma fantástica piscina, bem como *Wi-fi* em todo o espaço e estacionamento privado.

Dispõe também de uma zona florestal, onde é possível apreciar o ar puro e a natureza da localidade e conta com serviço de aluguer de bicicletas sem qualquer custo para os hóspedes.



Figura 20 - Entrada da Quinta do Valle.

Fonte: Autoria Própria (2021).

A **Casa da Avó Genoveva** localiza-se na localidade das Curvaceiras, mais precisamente na Rua 25 De Abril, N°16 Curvaceiras, 2305-509 Tomar (Figura 21).

Esta quinta dispõe de três apartamentos, um T1, com capacidade para até duas pessoas e um T2, com capacidade para até quatro pessoas e o *White apartment*, com capacidade para até seis pessoas, que contam com cozinha equipada, casa de banho e sala de estar e três quartos de duas tipologias: duplos ou *twins*.

Para além das comodidades dos quartos e apartamentos esta casa oferece a quem a procura, um magnífico jardim e uma fantástica piscina, e estacionamento privado.



Figura 21 - Placa identificativa exibida na entrada da Casa da Avó Genoveva.

Fonte: Autoria Própria (2021).

A **Quinta da Anunciada Velha** localiza-se na seguinte morada Quinta da Anunciada Velha 2305-432 Tomar (Figura 22).

Esta quinta dispõe de dois tipos de unidades hoteleiras, quartos *Single* ou Duplos e apartamentos com dois quartos.

Os apartamentos estão equipados com *kitchenette* e casa de banho privativa.

Para além das comodidades dos quartos e apartamentos esta casa oferece a quem a procura, uma esplêndida biblioteca com mais de dez mil livros, um magnífico jardim e uma fantástica piscina, estacionamento privado e, equitação disponível por marcação prévia.



Figura 22 - Foto da propriedade onde se insere a Quinta da Anunciada Velha.

Fonte: Página da *Booking* da Quinta da Anunciada Velha

A **Quinta de São José dos Montes** localiza-se na localidade dos Montes, mais precisamente na Estrada dos Montes, N°134, 2300-087 Olalhas, Tomar (Figura 23).

Esta quinta dispõe de quatro apartamentos: um T0, dois T1 e um T2. Os apartamentos estão equipados com kitchenette e casa de banho privativa e, estão incluídos num conjunto no qual se inclui a piscina, um salão com lareira e vista panorâmica sobre a piscina e os prados onde se encontram os vários animais da quinta.

Para além dos apartamentos, a esta quinta conta também com dois dormitórios equipados com beliches, casas de banho partilhadas e uma sala de atividades e, com cinco *Yurts* (tendas da Mongólia) que são apoiados por casa de banho *ecofriendly*.

Este empreendimento turístico conta ainda com diversas atividades, como o Turismo Rural e Ecológico, a Quinta Pedagógica e o Centro de Retiros.



Figura 23 - Fachada da Quinta São José dos Montes.

Fonte: A autoria Própria (2021).

A **Quinta do Troviscal** localiza-se na localidade de São Pedro de Tomar, mais precisamente em Alverangel - Castelo de Bode 2300 São Pedro de Tomar (Figura 24).

Esta quinta dispõe de quatro quartos com capacidade para duas pessoas, sendo um deles uma suíte. Os quartos estão equipados com casa de banho privativa, aquecimento e ar condicionado e, a suíte tem capacidade para alojar mais duas pessoas em cama extra.



Figura 24 - Fachada e Vista da parte traseira da Quinta do Troviscal.

Fonte: Autorial Própria (2021).

Como referido anteriormente, todos os empreendimentos turísticos registados no município de Tomar encontram-se situados na zona rural do mesmo.

Os mesmos encontram-se divididos em Quintas de Turismo Rural, Casas de Campos e Parques de Campismo e Caravanismo.

Ainda que todos indiquem que se encontram em funcionamento durante todo o ano, alguns ponderam começar a fechar portas na altura da época baixa, de forma a evitar os custos inerentes à atividade, uma vez que as receitas são mais baixas e, por vezes, nulas. Alguns empreendimentos turísticos optam por funcionar em época baixa apenas com grupos e viagens organizadas, em vez de estarem a funcionar como fazem no resto do ano.

### 3.5.5 Síntese das características dos Empreendimentos Turísticos Registados

#### Caraterização dos Empreendimentos Turísticos do concelho de Tomar

<b>Empreendimento Turístico</b>	<b>Tipologia</b>	<b>Categoria (Número de Estrelas)</b>	<b>Coordenadas</b>	<b>Número de Unidades Alojamento</b>	<b>Área de Localização (Urbana/Não Urbana)</b>	<b>Contatos</b>	<b>Website</b>
<b>Hotel República</b>	Hotel	5 Estrelas	N 39.6038665" W -8.4170926"	19 Quartos	Urbana	booking@hotelrepublica.pt / info@hotelrepublica.pt Tel. (+351) 249 193 400	<a href="https://www.hotelrepublica.pt/">https://www.hotelrepublica.pt/</a>
<b>Casa dos Ofícios Hotel</b>	Hotel	4 Estrelas	N 39.60444" W 8.4170289,17	14 Quartos	Urbana	info@cdohotel.pt Tel. (+351) 249 247 360	<a href="https://www.casadosoficioshotel.pt/pt/">https://www.casadosoficioshotel.pt/pt/</a>
<b>Thomar Boutique Hotel</b>	Hotel	4 Estrelas	N 39.6041479" W 8.4106685,16"	24 Quartos	Urbana	info@thomarboutiquehotel.com Tel. (+351) 249 323 210 / (+351) 962 546 436	<a href="https://www.thomarboutiquehotel.com/">https://www.thomarboutiquehotel.com/</a>
<b>Hotel dos Templários</b>	Hotel	4 Estrelas	N 39°36'25.1" W 8°24'48.0"	177 Quartos	Urbana	geral@hoteldostemplarios.pt Tel. (+351) 249 310 100	<a href="http://www.hoteldostemplarios.pt">www.hoteldostemplarios.pt</a>
<b>Hotel Trovador</b>	Hotel	2 Estrelas	N 39°35'57.9" W 8°24'42.3"	30 Quartos	Urbana	hoteltrovador@hotmail.com Tel. (+351) 249 322 567	<a href="http://www.residencialtrovador.com.sapo.pt">www.residencialtrovador.com.sapo.pt</a>
<b>Hotel Bonjardim</b>	Hotel	2 Estrelas	N 39°36'25.4" W 8°24'26.2"	14 Quartos	Urbana	hotelbonjardim@gmail.com Tel. (+351) 249 313 195 / (+351) 249 316 136 / (+351) 965 043 600	Não aplicável / O empreendimento turístico não dispõe de <i>website</i> disponível

<b>Empreendimento Turístico</b>	<b>Tipologia</b>	<b>Categoria (Número de Estrelas)</b>	<b>Coordenadas</b>	<b>Número de Unidades Alojamento</b>	<b>Área de Localização (Urbana/Não Urbana)</b>	<b>Contatos</b>	<b>Website</b>
<b>Hotel Kamanga</b>	Hotel	2 Estrelas	N 39.36157" W -8.24322"	Não foi possível obter esta informação	Urbana	mail@hotelkamanga.com Tel. (+351) 249 311 555 / (+351) 966 821 132	www.hotelkamanga.com
<b>Hotel Cavaleiros de Cristo</b>	Hotel	2 Estrelas	N 39.36163" W -8.24468"	17 Quartos	Urbana	residencialcavcristo@sapo.pt Tel. (+351) 249 321 203	www.cavaleirosdecristo.pt
<b>Hotel Sinagoga</b>	Hotel	2 Estrelas	N 39.36163" W -8.24524"	20 quartos	Urbana	residencial.sinagoga@clix.pt Tel. (+351) 249 323 083/6	Não aplicável / O empreendimento turístico não dispõe de <i>website</i> disponível
<b>Camping Redondo</b>	TER- Parque de Campismo	Sem atribuição	N 39.3732" W -8.1920"	5 <i>Chalets</i>	Não Urbana	info@redondolodges.com Tel. (+351) 966 744 654/ (+351) 914 665 243	https://redondolodges.com/
<b>Casa de São Miguel</b>	TER- Casa de Campo	Sem atribuição	N 39.413012'' W -08.243989''	3 Quartos	Não Urbana	manuelgdasilva@sapo.pt Tel. (+351) 249 324 868 / (+351) 917 583 993	Não aplicável / O empreendimento turístico não dispõe de <i>website</i> disponível
<b>Agartha Boutique Hotel - Retreat &amp; Wellness Centre</b>	TER- Casa de Campo	Sem atribuição	N 39.6770269" W -8.4964796"	2 Edifícios 9 Quartos	Não Urbana	info@theagartha.com	http://www.theagartha.com/

<b>Empreendimento Turístico</b>	<b>Tipologia</b>	<b>Categoria (Número de Estrelas)</b>	<b>Coordenadas</b>	<b>Número de Unidades Alojamento</b>	<b>Área de Localização (Urbana/Não Urbana)</b>	<b>Contatos</b>	<b>Website</b>
<b>Parque de Campismo Rural dos Pelinos</b>	TER- Parque de Campismo	Sem atribuição	N 39. 3817", W -8. 2013"	Não Aplicável	Não Urbana	info@campingpelinos.com Tel. (+351) 249 301 814	<a href="https://www.campingpelinos.com/">https://www.campingpelinos.com/</a>
<b>Quinta do Lagar de São José</b>	TER- Agro - Turismo	Sem atribuição	N 39.5431539" W -8.4480893"	2 Edifícios 18 Quartos	Não Urbana	quintalagarsaojose@gmail.com Tel. (+ 351) 249 790 107 / (+ 351) 913 409 488	<a href="https://www.quintalagarsaojose.com/">https://www.quintalagarsaojose.com/</a>
<b>Quinta do Valle</b>	TER- Agro- Turismo	Sem atribuição	N 39.104380" W -8.370537"	7 Apartamentos	Não Urbana	pcastroqv@gmail.com Tel. (+351) 962 360 975	<a href="http://www.quintadovalle.com">www.quintadovalle.com</a>
<b>Casa da Avó Genoveva</b>	TER- Casa de Campo	Sem atribuição	N 39. 3214" W -8. 2622"	3 Apartamentos 3 Quartos	Não Urbana	avogenoveva@sapo.pt Tel.(+351) 964 993 951 / (+34) 616 698 564	<a href="http://www.avogenoveva.com/">http://www.avogenoveva.com/</a>
<b>Quinta da Anunciada Velha</b>	TER- Casa de campo	Sem atribuição	N 39. 353120" W -8. 26' 39,83"	Não foi possível obter esta informação	Não Urbana	anunciadavelha@sapo.pt Tel. (+351) 249 345 218 / (+351) 968 344 787	Não aplicável / O empreendimento turístico não dispõe de <i>website</i> disponível
<b>Quinta de São José dos Montes</b>	TER- Agro- Turismo	Sem atribuição	N 39. 38085" W -8. 15400"	4 Apartamentos 2 Dormitórios 5 <i>Yurts</i>	Não Urbana	quintadosmontes@gmail.com	<a href="https://www.quintasaojosedosmontes.com/">https://www.quintasaojosedosmontes.com/</a>

<b>Empreendimento Turístico</b>	<b>Tipologia</b>	<b>Categoria (Número de Estrelas)</b>	<b>Coordenadas</b>	<b>Número de Unidades Alojamento</b>	<b>Área de Localização (Urbana/Não Urbana)</b>	<b>Contatos</b>	<b>Website</b>
<b>Quinta do Troviscal</b>	TER-Casa de Campo	Sem atribuição	N 39.5475" W -8.1858"	4 Quartos	Não Urbana	troviscalturismo@gmail.com / vera@troviscal.com Tel. (+351) 249 371 318 / (+351) 917 333 456	<a href="https://www.troviscal.com/">https://www.troviscal.com/</a>

Tabela 8- Caracterização dos Empreendimentos Turísticos no Concelho de Tomar.

Fonte: Elaboração Própria (2021) adaptado de <https://registos.turismodeportugal.pt/>.

## Capítulo 4: Apresentação dos resultados obtidos no Estudo de Caso

---

Este capítulo diz respeito à discussão dos resultados obtidos nos inquéritos realizados aos proprietários e/ou responsáveis dos empreendimentos turísticos registados, dos resultados obtidos nas entrevistas realizadas a elementos da Câmara Municipal de Tomar e, do questionário aplicado à população em geral.

Os dados obtidos permitem realizar uma comparação da ocupação turística hoteleira nos últimos 3 anos, e a forma como os vários empreendimentos turísticos do município de Tomar, dentro e fora da zona urbana lidam com o fator da sazonalidade.

### **4.1. Análise das entrevistas realizadas aos empreendimentos turísticos registados do município de Tomar**

Dos dezanove empreendimentos turísticos registados no município de Tomar, apenas foi possível conversar com dezoito deles, pela ordem em que se apresentam de seguida: Quinta do Lagar de São José, Hotel Trovador, Parque de Campismo dos Pelinos, Casa dos Oficinas Hotel, Hotel República, Quinta do Troviscal, Casa da Avó Genoveva, Casa de São Miguel, Quinta do Valle, Hotel Sinagoga, Hotel Bonjardim, Camping Redondo, Hotel Kamanga, Quinta da Anunciada Velha, Hotel Cavaleiros de Cristo, Thomar Boutique Hotel, Quinta de São José dos Montes, Hotel dos Templários.

Relativamente ao The Agatha Boutique Hotel - Retreat & Wellness Centre, não foi possível realizar qualquer tipo de entrevista ou entrar em contacto com o proprietário, quer através de contacto telefónico, quer através de email. Este empreendimento turístico fechou portas no ano de 2018 e encontra-se encerrado definitivamente, no entanto, ainda se encontra na lista de empreendimentos turísticos registados emitida pelo Registo Nacional de Empreendimentos Turísticos.

De todos os empreendimentos turísticos registados, o mais antigo é o Hotel dos Templários, sendo o mais recente o Hotel República.

Como referido anteriormente, dos dezanove empreendimentos turísticos registados no município de Tomar, apenas nove deles se encontram na zona urbana da cidade, encontrando-se os restantes dez na zona rural.

O Hotel dos Templários é o empreendimento turístico que mais unidades de alojamento tem para oferecer aos seus visitantes, contando com cento e setenta e sete quartos, quando os restantes empreendimentos turísticos compreendem entre dois a vinte e quatro quartos.

Questionados em relação aos meses do ano em que se encontravam em funcionamento, apenas o Camping Pelinos afirmou que se encontra fechado nos meses de menor procura, ou seja, entre os meses de novembro e abril, abrindo apenas de maio a outubro. Todos os restantes alojamentos se encontram em funcionamento durante todo o ano.

Relativamente à questão “Qual o tipo de turista que mais procura este alojamento turístico?”, os proprietários dos empreendimentos turísticos referiram que, em primeiro lugar se encontra o turista de lazer, seguindo-se o turista cultural e o turista religioso e, não sendo tão usual, mas ainda assim com alguma procura por parte deles, o turista de natureza ou ecoturista e o turista de negócios.

No que diz respeito à forma como divulgam o alojamento, a forma mais usual é através do *website* do empreendimento turístico, seguido da página na internet da Câmara Municipal de Tomar e, a divulgação ao balcão. Para a divulgação, os empreendimentos turísticos de Tomar contam também com a ida a feiras e outros eventos de Turismo e Viagens e com parcerias com operadores nacionais e internacionais.

Em relação à questão “Qual o público que mais usufrui dos serviços oferecidos pelo alojamento turístico?”, a maioria dos empreendimentos turísticos afirmam que o turista nacional é o que mais o visita, principalmente no que diz respeito a “escapadinhas de fins de semana”. Relativamente aos turistas internacionais, ainda que em menor número que os turistas nacionais, existem algumas nacionalidades que visitam mais o município de Tomar em relação a outras, tais como: a nacionalidade inglesa, francesa, espanhola, japonesa, chinesa e holandesa.

Tentando criar uma janela comparativa, na entrevista foi colocada uma questão em relação ao valor atual dos quartos, “Considerando os preços atuais dos quartos, como têm evoluído na época alta e na época baixa nos últimos 3 anos?”, confrontados com esta questão, a maioria dos entrevistados indicou que sofreu uma alteração positiva de ano para ano, no

entanto, houve também quem referisse que sofreu um decréscimo na procura, talvez devido à localização do empreendimento turístico.

A sazonalidade é, como já referido anteriormente, um fator que afeta tanto a zona rural como a zona urbana, ainda que a esta última não seja tão facilmente afetada por ser de mais fácil acesso, assim, tentou-se compreender quais são as causas que os empreendimentos turísticos apontam como originárias do fator sazonalidade no município de Tomar. Para tal, inquiriu-se o seguinte “Quais são, na sua opinião, os fatores que melhor explicam a sazonalidade no município de Tomar?”, tendo sido os fatores naturais, institucionais, económicos e sociais e culturais, os mais apontados.

Quando questionados acerca das estratégias a que recorrem para atenuar os efeitos da sazonalidade a resposta mais dada foi “Criação de ações promocionais e descontos”, no entanto, foram referidas também respostas como “*Packs Experiência*”, “Análise e estudo da concorrência”, “Identificação de novos segmentos de mercado”, entre outras.

Relativamente à estratégia de *marketing* utilizada, os empreendimentos turísticos do município de Tomar contam com as redes sociais, como o *Facebook*, o *Instagram* e o *Website* do estabelecimento, as operadoras turísticas e agências de viagens e o “Boca a boca”, sendo este último considerado o melhor e tipo de *marketing* que poderá existir e menos dispendioso.

Por último, quando deparados com a questão “Que medidas deveriam ser implementadas para potenciar o desenvolvimento turístico da cidade de Tomar?”, obtiveram-se respostas como “Dar mais atenção à cidade e aos seus monumentos, tão importantes como o Convento de Cristo”, “Melhorar as condições de acesso às praias fluviais e as suas infraestruturas, de maneira a atrair mais turistas de natureza e turistas desportivos”, “Ver a região Centro como um destino turístico igualmente importante como o Algarve ou outras regiões”, “Promover o melhoramento da cidade para os residentes, mantendo as ruas limpas, respeitando a história e preservando o património”, “Uma promoção integrada do produto “Templários” “, “Criar um produto inovador (exemplo: Óbidos e o chocolate)”.

Com esta variedade de respostas é possível perceber o que é necessário alterar e melhorar para potenciar ao máximo o desenvolvimento turístico da cidade e do município de Tomar, se alguns dos inquiridos defendem que Tomar não é apenas o Convento de Cristo e os Templários, outros optam por promover ainda mais o produto turístico dos Templários, no entanto, alguns dos entrevistados defendem também que se deve ter em conta outros

segmentos de mercado, como o turismo de natureza e o turismo desportivo, ainda pouco existentes na zona de Tomar, mas cada vez com mais adeptos entre os turistas que visitam este município.

**Síntese das Entrevistas Realizadas nos Empreendimentos Turísticos**

<b>Entrevistas</b>	<b>Empreendimento Turístico</b>	<b>Tipo de turista</b>	<b>Meios de divulgação do Destino</b>	<b>Canais de Divulgação do Destino</b>	<b>Medidas a implementar para potenciar o desenvolvimento do Destino</b>
<b>Entrevista 1 (22/04/2021)</b>	Quinta do Lagar de São José	Turista Religioso e Turista de Lazer	Ações Promocionais e Combinação de negócios com solidariedade	Redes Sociais e Website do estabelecimento	Visualizar Tomar a um nível de importância tão grande como o de destinos turísticos como o Algarve
<b>Entrevista 2 (23/04/2021)</b>	Hotel Trovador	Turista Cultural e Turista de Negócios	Utilização de vários Canais	Website do estabelecimento	Apostar no desenvolvimento de outros tipos de turismo
<b>Entrevista 3 (25/04/2021)</b>	Parque de Campismo dos Pelinos	Turista de Lazer	Utilização de vários Canais e Parcerias com outros Campos de Campismo	Website do estabelecimento	Realizar obras de melhoramento nas várias praias fluviais existentes no município de forma a atrair mais turistas desportivos e turistas de natureza
<b>Entrevista 4 (25/04/2021)</b>	Casa dos Ofícios Hotel	Turista Cultural, Turista de Lazer e Turista Religioso	Utilização de vários Canais	Redes Sociais, “Boca a Boca” e Website do estabelecimento	Realizar de forma integrada o produto dos “Templários”

<b>Entrevistas</b>	<b>Empreendimento Turístico</b>	<b>Tipo de turista</b>	<b>Meios de divulgação do Destino</b>	<b>Canais de Divulgação do Destino</b>	<b>Medidas a implementar para potenciar o desenvolvimento do Destino</b>
<b>Entrevista 5 (25/04/2021)</b>	Hotel República	Turista Cultural, Turista de Lazer e Turista Religioso	Ações Promocionais e Utilização de vários Canais	Redes Sociais, “Boca a Boca” e Website do estabelecimento	Apostar no desenvolvimento de outros tipos de turismo
<b>Entrevista 6 (26/04/2021)</b>	Quinta do Troviscal	Turista de Natureza e Turista Cultural	Utilização de vários Canais	Redes Sociais, “Boca a Boca” e Website do estabelecimento	Promover uma cidade com atrativos para os próprios residentes
<b>Entrevista 7 (26/04/2021)</b>	Casa da Avó Genoveva	Turista de Lazer e Turista Cultural	Ações Promocionais, Realização de Eventos e Combinação de negócios com solidariedade	Redes Sociais, “Boca a Boca” e Website do estabelecimento	(Não respondeu)
<b>Entrevista 8 (01/05/2021)</b>	Casa de São Miguel	Turista de Lazer	Ações Promocionais	Redes Sociais	Criar um produto que atraia os visitantes (exemplo: Óbidos, a cidade do chocolate)
<b>Entrevista 9 (08/05/2021)</b>	Quinta do Valle	Turista de Lazer	Ações Promocionais	Redes Sociais, “Boca a Boca”	Criar atrativos para os habitantes e promover o que já existe

<b>Entrevistas</b>	<b>Empreendimento Turístico</b>	<b>Tipo de turista</b>	<b>Meios de divulgação do Destino</b>	<b>Canais de Divulgação do Destino</b>	<b>Medidas a implementar para potenciar o desenvolvimento do Destino</b>
<b>Entrevista 10 (02/07/2021)</b>	Hotel Sinagoga	Turista de Lazer e Turista de Negócios	Ações Promocionais	Redes Sociais, “Boca a Boca”	(Não respondeu)
<b>Entrevista 11 (02/07/2021)</b>	Hotel Bonjardim	Turista de Lazer e Turista de Negócios	Ações Promocionais	Redes Sociais, “Boca a Boca”	(Não respondeu)
<b>Entrevista 12 (28/08/2021)</b>	Camping Redondo	Turista de Lazer e Eco Turista	Ações Promocionais	Redes Sociais, “Boca a Boca” e Website do estabelecimento	Promover mais e melhor o turismo de natureza e ecoturismo
<b>Entrevista 13 (28/08/2021)</b>	Hotel Kamanga	Turista de Lazer e Turista de Negócios	Utilização de vários Canais	Redes Sociais, “Boca a Boca” e Website do estabelecimento	(Não respondeu)
<b>Entrevista 14 (28/08/2021)</b>	Quinta da Anunciada Velha	Turista de Lazer e Turista de Natureza	Utilização de vários Canais	Redes Sociais, “Boca a Boca”	(Não respondeu)
<b>Entrevista 15 (28/08/2021)</b>	Hotel Cavaleiros de Cristo	Turista de Lazer, Turista de Negócios, Turista Cultural	Utilização de vários Canais	Redes Sociais, “Boca a Boca” e Website do estabelecimento	Melhorar os apoios às unidades hoteleiras do município

<b>Entrevistas</b>	<b>Empreendimento Turístico</b>	<b>Tipo de turista</b>	<b>Meios de divulgação do Destino</b>	<b>Canais de Divulgação do Destino</b>	<b>Medidas a implementar para potenciar o desenvolvimento do Destino</b>
<b>Entrevista 16 (10/09/2021)</b>	Thomar Boutique Hotel	Turista de Lazer, Turista Religioso, Turista Cultural, Turista de Negócios	Utilização de vários Canais, Parcerias com outras empresas, Ações promocionais	Redes Sociais, “Boca a Boca” e Website do estabelecimento	(Não respondeu)
<b>Entrevista 17 (10/09/2021)</b>	Quinta de São José dos Montes	Turista de Lazer, Turista de Natureza, Turista Cultural	Utilização de vários Canais	Redes Sociais, “Boca a Boca” e Website do estabelecimento	Divulgar e promover mais o turismo de natureza e as formas de turismo sustentável
<b>Entrevista 18 (10/09/2021)</b>	Hotel dos Templários	Turista de Lazer; Turista Cultural, Turista Religioso e Turista de Negócios	Ações Promocionais, Realização de Eventos e Combinação de negócios com solidariedade	Redes Sociais, “Boca a Boca” e Website do estabelecimento	Apoiar os residentes e proprietários de lojas de pequeno e médio comércio, para que não saiam da cidade e a promovam
<b>Não foi possível realizar entrevista</b>	The Argatha Boutique Hotel - Retreat & Wellness Centre	Este empreendimento turístico encontra-se encerrado definitivamente desde o ano de 2018, pelo que não foi possível visitar o espaço nem entrar em contacto com o proprietário, quer pessoalmente quer através de email ou contacto telefónico, no decorrer do estudo.			

Tabela 9 - Síntese das entrevistas realizadas nos Empreendimentos Turísticos.

Fonte: Elaboração Própria (2021).

Todos os dezoito empreendimentos turísticos registados com que foi possível reunir sofrem com a sazonalidade e a diferença da procura entre a época alta e a época baixa.

Referem que a sua divulgação é realizada através do recurso às redes sociais e contam com a colaboração da Câmara Municipal de Tomar para ajudar nessa mesma divulgação.

No entanto, indicam que o apoio existente por parte do município não é suficiente e que é necessário adotar medidas que sejam mais fáceis de colocar em prática, de forma a atrair mais turistas a pernoitar nos empreendimentos turísticos do município de Tomar.

Referem também que a forma mais fácil e, por sua vez, mais utilizada para fazer a divulgação dos empreendimentos turísticos é através da utilização de vários Canais, parcerias com outras empresas e ações promocionais. Só assim conseguem atrair turistas que queiram pernoitar na época baixa, através de promoções e ofertas de experiências, sejam elas gastronómicas, atividades aquáticas, entre outras.

É, na opinião dos responsáveis destes empreendimentos turísticos, urgente, a criação de mais e melhores atividades ao ar livre que atraiam um tipo de turista que não apenas o turista cultural e religioso.

## **4.2. Análise das entrevistas realizadas a elementos da Divisão de Turismo e Cultura do município de Tomar**

### **4.2.1. Entrevista 1**

Na entrevista realizada à senhora Dra. Sandra Araújo, Técnica Superior de Turismo da Divisão de Turismo e Cultura do município de Tomar, foram realizadas nove questões relativas ao turismo e à procura turística da sazonalidade no município de Tomar.

A primeira questão a ser colocada foi “Quais são as estratégias da autarquia para o setor turístico?”, à qual a Sra. Sandra Araújo referiu que a estratégia municipal para o Turismo tem sido no sentido de afirmar a Marca Tomar Cidade Templária, fazendo parte de redes tanto nacionais como internacionais ligadas ao Tema dos Templários. Tem havido a preocupação de promover Tomar no sentido de aumentar o número de noites através da abertura ao público dos monumentos e espaços museológicos e criação de programas de incentivo como o Tomar *Ckeck In*. Referiu também, que tem sido preocupação do Município contribuir para a quebra da sazonalidade na nossa cidade.

Quando questionada relativamente à forma como a promoção turística do município de Tomar como destino turístico tem sido feita, a técnica superior de turismo do município de Tomar, Sandra Araújo, indicou que se deve manter a participação em feiras do setor e a presença *online*, deve-se também proceder à formação de guias, à realização de grandes eventos e a parcerias com meios de comunicação social.

Relativamente à questão “Refira, na sua opinião, os motivos mais relevantes que conduzem os turistas a visitar Tomar.”, a resposta dada foi “Tomar é visitado muito pelo seu património, onde o Convento de Cristo tem um peso fundamental. O interesse pela Sinagoga tem vindo também a aumentar, bem como o tema dos Templários, o turismo de natureza e, a procura pelo caminho de Santiago.”.

Questionada sobre quais são os meses de maior e menor procura turística no município de Tomar, a Dra. Sandra Araújo referiu que, em comparação com todo o território português, a maior procura acontece no Verão, nos meses de julho e agosto, mas a partir do mês de abril já se nota um grande aumento do número de turistas e, os meses mais fracos estão compreendidos entre novembro e fevereiro.

A sazonalidade é um fator de grande impacto (negativo) no município de Tomar e nas suas unidades hoteleiras, no entanto, segundo a técnica superior de turismo, o número de meses com impacto negativo tem sido cada vez menor, talvez devido ao facto de ser um destino cultural e não um destino de praia e mar ou neve.

Relativamente à questão “O que acha que se pode fazer para amenizar os efeitos da sazonalidade na região de Tomar?”, a resposta obtida foi que o município tem trabalhado de forma a quebrar a sazonalidade e, tem apostado em eventos fora da época alta, que estimulem a economia local, nomeadamente a restauração, como é o caso do evento gastronómico “Feijão com todos, Todos com o feijão”.

Em relação ao que é necessário fazer ou alterar, para promover uma maior pernoita na cidade, foi indicada a continuação de realização de eventos fora da época alta e criação de sinergias entre os vários agentes ligados ao turismo e à cultura.

As estratégias de *marketing* que podem ser implementadas no sentido de potenciar o desenvolvimento turístico da cidade de Tomar devem continuar a apostar na promoção e na criação de outras marcas importantes para Tomar. Não só Tomar Cidade Templária, mas Tomar no Caminho de Santiago, Tomar Judaica, Tomar e a Música, Tomar e a Arte, entre outras.

Por fim, quando questionada sobre a imagem/marca utilizada para a promoção do destino em geral, a imagem de marca indicada foi “Tomar Espera Por Si”, sendo este o slogan utilizado com o logotipo da cidade que contém a cruz templária.

#### **4.2.2. Entrevista 2**

Na entrevista realizada à senhora Dra. Ana Soares, Chefe da Divisão de Turismo e Cultura do município de Tomar, foram realizadas nove questões relativas ao turismo e à procura turística da sazonalidade no município de Tomar.

Em primeiro lugar, e uma vez que o tema da dissertação aborda a sazonalidade da procura turística na hotelaria em Tomar, foi realizada uma questão que não se encontrava no guião, mas que é de extrema importância tendo em conta o tema estudado.

Assim, antes de iniciar a entrevista propriamente dita, questionei a senhora Dra. Ana Soares sobre a opinião que tinha em relação ao mercado hoteleiro no município e em particular na cidade de Tomar. Em relação a esta questão, a Dra. Ana Soares indicou que,

na sua opinião, o mercado hoteleiro em Tomar se tinha organizado ao longo dos anos, contando agora com uma maior oferta e um desnível menos acentuado em relação às categorias hoteleiras existentes. O que acontecia anteriormente é que apenas existia o Hotel dos Templários na categoria de 4 estrelas e depois existiam apenas hotéis de 2 estrelas como o Hotel Kamanga, o Hotel Bonjardim, o Hotel Sinagoga, entre outros. Agora, com a existência de mais dois hotéis de 4 estrelas, o Thomar Boutique Hotel e a Casa dos Ofícios Hotel e, o Hotel República na categoria de 5 estrelas, existe uma maior oferta e uma menor discrepância nas condições oferecidas, tornando assim os preços mais competitivos e acessíveis a todos devido à flexibilidade existente.

Tenho já conhecimento prévio das questões que iriam ser apresentadas, a Dra. Ana Soares respondeu à questão “Quais são as estratégias da autarquia para o setor turístico a curto e a longo prazo?” e à questão “Que estratégias estão a ser implementadas ao nível da promoção turística do município de Tomar como destino turístico?” de uma só vez, indicando que, apesar de todas as estratégias turísticas a desenvolver estarem um pouco afetadas pela pandemia, nomeadamente em termos de atrasos na sua implementação, estas passam por marcar em Tomar outros tipos de turismo que têm sido descurados e ficado na sombra do turismo histórico e cultural, por exemplo, o turismo de natureza, através da criação de percursos pedestres na região e atividades ao ar livre; o turismo industrial, através da requalificação do complexo de fábricas da levada e da futura requalificação da fábrica da fundição; o turismo religioso, o turismo de negócios, entre outros. Tomar faz parte do programa Lugares Património Mundial do Centro, onde se junta aos municípios da Batalha, Alcobça e Coimbra, sendo assim foco de um grande número de turistas e estando em vantagem em relação a outros municípios como por exemplo, o município de Abrantes.

A autarquia pretende também, desenvolver um plano de hospitalidade e um plano de qualificação interna que, apesar de não ser visível para o público, é o que torna a oferta mais organizada e apetecível em relação a outras.

Relativamente à questão “Refira, na sua opinião, os motivos mais relevantes que conduzem os turistas a visitar Tomar.”, a chefe de divisão de Turismo e Cultura, indicou o património mundial da UNESCO, a Sinagoga, que é considerada o monumento mais importante do centro histórico e, a componente cénica da cidade, onde se inclui o rio, os jardins, o centro histórico, sendo esta componente muito valorizada pelos turistas que

visitam a cidade. Assim, não opinião da Dra. Ana Soares, mesmo que Tomar não fosse terra de templários, teria muito a visitar e teria, de qualquer maneira, muito turismo.

Na questão “Sendo um destino de turismo, essencialmente, cultural, quais são os meses de maior e menor procura turística?”, a resposta foi a seguinte: os meses de verão são sempre mais procurados, também por coincidirem com as férias escolares, no entanto, a dinâmica da cidade e dos seus conterrâneos é ótima, pelo que, ao contrário do que acontece em outras cidades e municípios, existe sempre um afluxo de público. Não sendo um típico destino de sol e mar, apesar de se notar alguma diminuição dos turistas nos meses de inverno devido à sazonalidade, não existe uma quebra abrupta que leve, por exemplo, atividades e empresas a fechar.

No que diz respeito aos efeitos negativos da sazonalidade, a resposta à questão “Na sua opinião, a sazonalidade é um fator de grande impacto (negativo) no município de Tomar e nas suas unidades hoteleiras?” foi “não”. Na opinião da chefe de divisão do Turismo e Cultura, a sazonalidade não é um fator de grande impacto negativo no município nem nas suas unidades hoteleiras, no entanto, é um fator que deve ser trabalhado. Para isso, e de forma a atrair mais turistas à cidade, a CMT organiza atividades todos os meses para mitigar os efeitos existentes que são consequência da sazonalidade. No entanto, quando não existem eventos, a aposta é em grupos organizados, como excursões e, no turismo de negócios.

Quando questionada acerca das medidas que podem ser tomadas para amenizar os efeitos da sazonalidade na região de Tomar, a resposta baseou-se na promoção de eventos, divulgação da cidade ao longo de todo o ano.

Para promover uma maior pernoita na cidade, na opinião da Dra. Ana Soares, é necessário promover atividades que despertem aos turistas a vontade de ficar mais uns dias; divulgar o parque de autocaravanas que é gratuito e no centro da cidade e a promoção de pequenos-tours e por exemplo Tomar-Batalha-Alcobaça, ou Tomar-Fátima ou Tomar-Almourol.

No que diz respeito às estratégias de *marketing* deveriam ser implementadas no sentido de potenciar o desenvolvimento turístico da cidade de Tomar, a resposta foi simples: é necessário e importante afirmar a marca Templários e a marca UNESCO. É importante referir sempre, que Tomar é um destino para todo o ano, de escapadinhas de fim de semana, de visitas em família, de férias a dois. Tomar é um destino regular e deve ser

promovido como tal, assim a participação em feiras e presença ativa nas redes sociais, são pontos essenciais para a sua divulgação.

Por fim, quando questionada sobre “Qual é a imagem/marca utilizada para a promoção do destino Tomar em geral?”, a Dra. Ana Soares referiu apenas três palavras: Templários, Judaísmo e História. São estas as três principais marcas do município de Tomar, no entanto, a chefe de Divisão do Turismo e Cultura, referiu depois que é necessário aliar modernidade a estas marcas e, para tal, já existe o NAC – Núcleo de Arte Contemporânea e o CEF – Centro de Estudos de Fotografia, mas é necessário melhorar e modernizar mais e, entre essa ação de modernização encontram-se várias atividades entre as quais, a colocação de sinalética, mais moderna e intuitiva.

**Síntese das entrevistas realizadas a elementos da Divisão de Turismo e Cultura da CMT**

<b>Entrevistas</b>	<b>Identificação / Cargo</b>	<b>Estratégias a ser implementadas</b>	<b>Medidas a serem tomadas para amenizar os efeitos da sazonalidade</b>	<b>Imagem / Marca utilizada na promoção do destino turístico Tomar</b>
<b>Entrevista 1 (30/09/2021)</b>	Dra. Sandra Araújo - Técnica Superior de Turismo	Afirmar a marca Templária, Promover a criação de programas como o Tomar <i>Check-in</i>	Mostras gastronómicas como a mostra da Lampreia ou o “Feijão com todos e todos com o feijão”	Tomar Espera por Si
<b>Entrevista 2 (11/10/2021)</b>	Dra. Ana Soares – Chefe de Divisão Turismo e Cultura	Atrair novos tipos de turismo: Turismo de natureza, turismo de negócios, turismo industrial	Afirmar a marca UNESCO, Promover Tomar como um destino regular e de ano inteiro	Templários, Judaísmo, História

Tabela 10- Síntese das entrevistas realizadas a elementos da Divisão de Turismo e Cultura da CMT.

Fonte: Elaboração Própria (2021).

As entrevistas a elementos da Divisão de Turismo e Cultura da CMT, permitiram compreender o que está a ser realizado e o que está em vista realizar para melhor vender e promover Tomar como um destino turístico de ano inteiro.

As marcas UNESCO, Templários e Judaísmo são as que mais vendem Tomar, e é por elas que a cidade é conhecida. Será também através delas, que a CMT irá apresentar novas atividades e experiências a ser realizadas no município de Tomar, como percursos pedestres, passando por vários locais com influência templária, a Rota do Judaísmo, já existente, mas que será, em breve, melhorada, entre outras.

O turismo de natureza, o turismo de negócio e o turismo industrial terão o papel principal e o mais importante para atrair mais turistas e visitantes à cidade. Será através deles que Tomar deixará de ser um local de passagem e passará a ser, ainda mais, um local de pernoita.

### **4.3. Análise dos resultados obtidos no inquérito por questionário aplicado à população geral do município de Tomar**

O inquérito por questionário é uma técnica utilizada para recolha de dados, que se baseia na aplicação de questões diretas a uma determinada amostra populacional, com o objetivo de recolher dados e informações relevantes para os objetivos do trabalho onde é aplicado. Esta técnica tem a vantagem de conseguir alcançar um maior número de pessoas, num curto espaço de tempo, facultando assim uma maior liberdade de resposta às questões apresentadas e, facilitar a análise estatística, uma vez que permite a quantificação dos dados obtidos de forma imediata (Silvestre & Araújo, 2012: 159). Os inquéritos por questionário têm como objetivo, fornecer resposta às hipóteses que foram apresentadas no decorrer da investigação confirmando ou negando a sua veracidade (Freixo, 2011).

Para a realização da presente dissertação, elaborou-se um questionário com o principal objetivo de perceber qual a perspetiva das pessoas em relação ao fator sazonalidade e a forma como afeta os empreendimentos turísticos existentes no concelho de Tomar. Para tal, e tendo em consideração a temática e o público alvo do inquérito por questionário, as questões que o integraram foram, maioritariamente, questões de resposta rápida, para assim facilitar a análise estatística, tornando-a mais coerente. Após uma prévia estruturação das questões a aplicar, foi realizado o questionário através da ferramenta *Googleforms*, para que fosse redigido de modo cuidado e eficaz.

De seguida, apresentam-se os resultados correspondentes às respostas das diversas questões, sobre a forma de gráfico e um breve comentário, para tornar a sua compreensão mais fácil. No entanto e, devido à variedade e quantidade de respostas em algumas questões, serão considerados e discutidos apenas os dados mais relevantes para o estudo. O presente inquérito por questionário contou com um total de 200 inquiridos, no entanto, foram feitas questões que não se aplicavam a todos os indivíduos que participaram no estudo, sendo aplicado no período entre 01 de junho de 2021 e 20 de outubro de 2021.

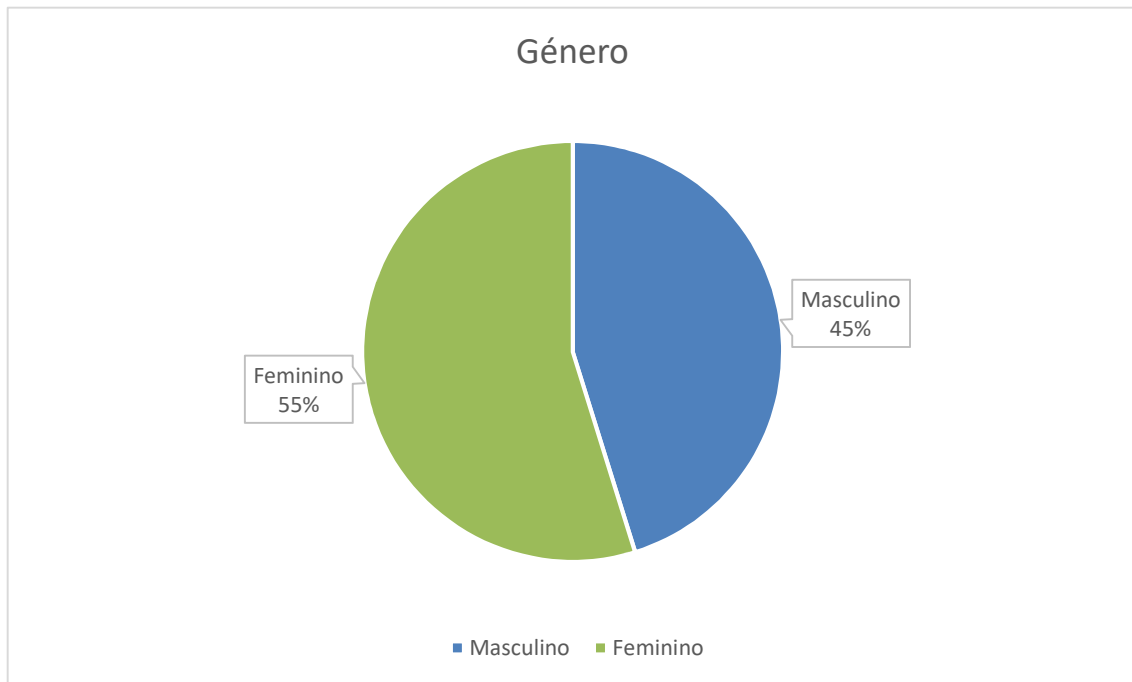


Gráfico 4 - Género dos Inquiridos.

Fonte: Elaboração Própria (2021).

No Gráfico 4 é possível observar de acordo com a primeira questão “Género”, num total de 200 inquiridos, a maioria enquadrava-se no género feminino (55%), e com menor incidência no género masculino (45%).

O Gráfico 5 diz respeito à faixa etária dos 200 inquiridos.

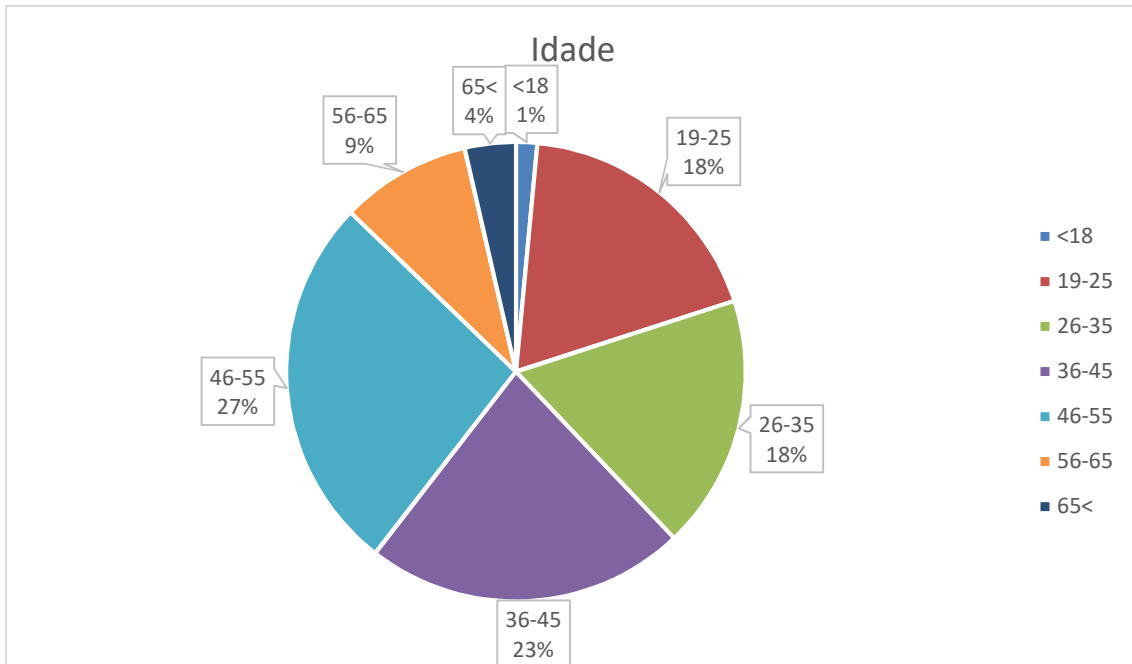


Gráfico 5 - Idade dos Inquiridos.

Fonte: Elaboração Própria (2021).

Neste gráfico é possível verificar que a faixa etária com mais incidência é a faixa etária que contém as idades compreendidas entre 46 e 55 anos (27%), seguida da faixa etária imediatamente a baixo, que compreende as idades entre os 36 e 45 anos (23%). As faixas etárias que compreendem as idades entre 19 e 25 anos e, 26 e 35 anos apresentaram uma afluência de (18%). Sendo as faixas etárias que menos afluência registaram, as faixas etárias que compreendem as idades compreendidas entre 56 e 65 anos (9%), mais de 65 anos (4%) e menos de 18 anos (1%).

O gráfico seguinte (Gráfico 6), representa a nacionalidade dos 200 inquiridos.

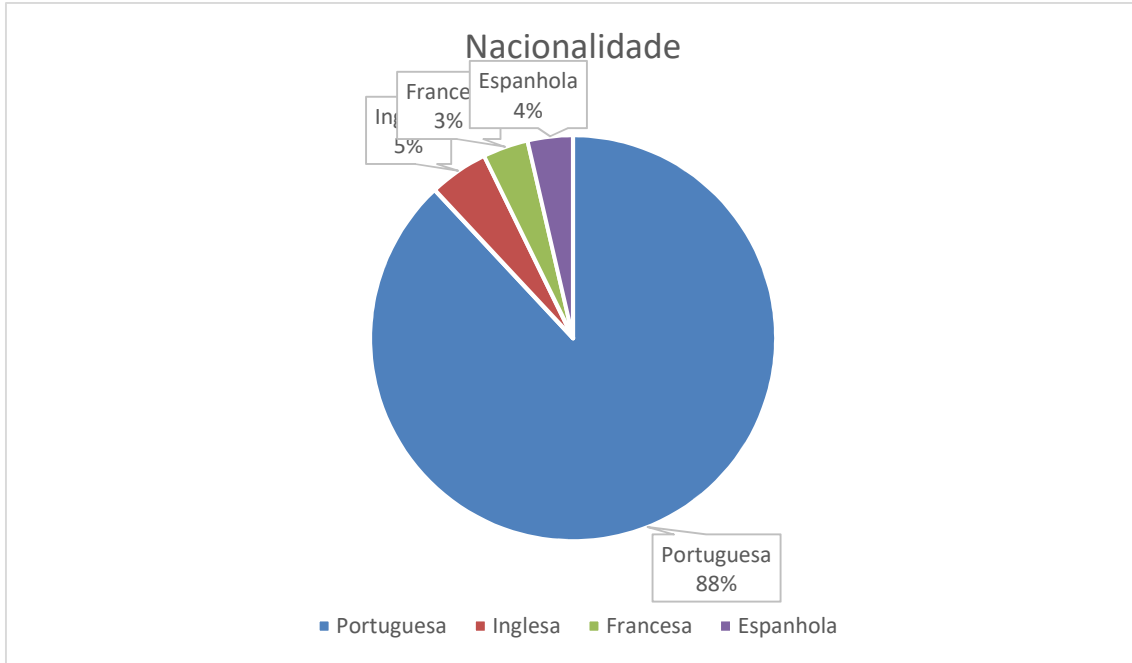


Gráfico 6 - Nacionalidade dos Inquiridos.

Fonte: Elaboração Própria (2021).

Do total dos 200 inquiridos, a grande maioria é de nacionalidade Portuguesa (88%), as restantes quatro nacionalidades assinaladas são a nacionalidade Inglesa (5%), a nacionalidade Espanhola (4%) e, a nacionalidade Francesa (3%).

O Gráfico 7 apresenta as habilitações literárias que cada um dos 200 inquiridos detêm.

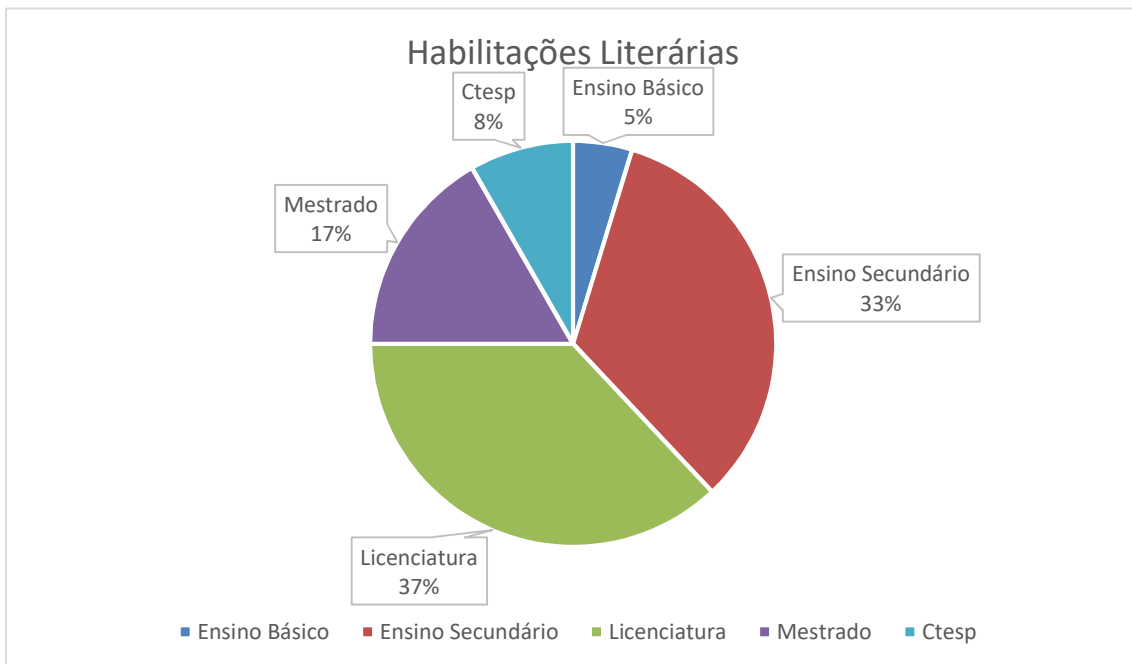


Gráfico 7 - Habilitações Literárias dos Inquiridos.

Fonte: Elaboração Própria (2021).

Relativamente às habilitações literárias dos inquiridos, 37% possuem uma Licenciatura e, 33% apenas possui o Ensino Secundário. 17% dos inquiridos possui o grau de Mestre, 8% optou por realizar um CTesp e, os restantes 5% dos inquiridos apenas possui o Ensino Básico.

O gráfico seguinte (Gráfico 8), apresenta os dados em relação à “Situação perante o trabalho” dos 200 inquiridos.

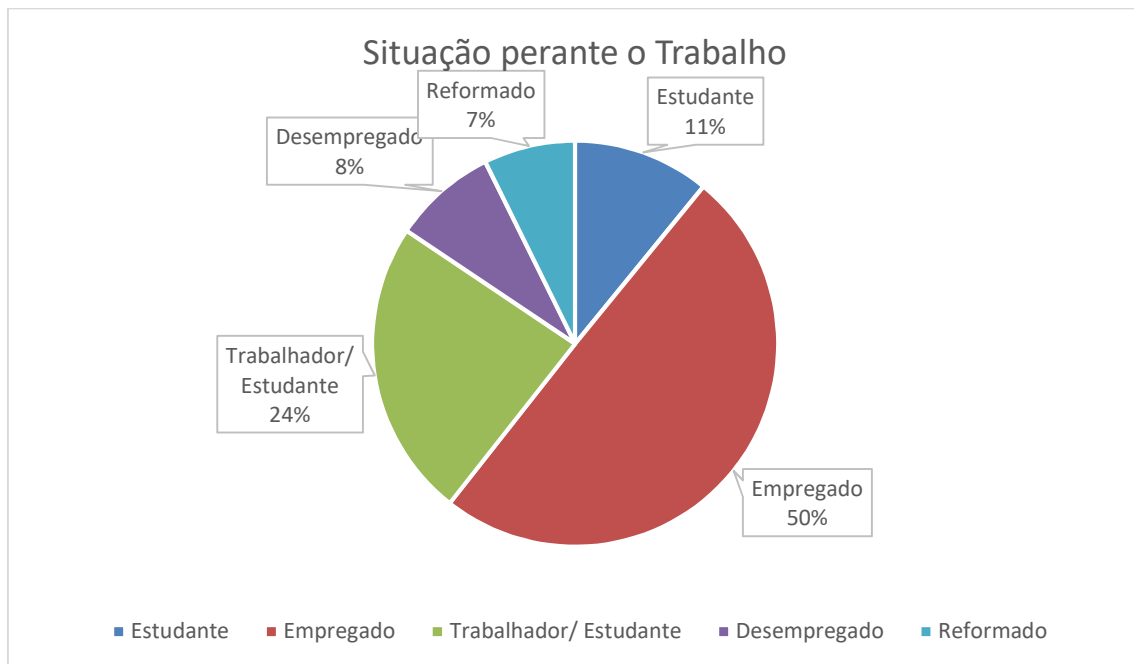


Gráfico 8 - Situação perante o trabalho dos Inquiridos.

Fonte: Elaboração Própria (2021).

No presente gráfico é possível verificar que a maioria dos inquiridos se encontra empregado (50%), cerca de 24% dos inquiridos é Trabalhador/Estudante, 11% dos inquiridos ainda se encontra a estudar. 8% dos inquiridos encontram-se desempregados e, os restantes 7% são pessoas que já se encontram reformadas.

O Gráfico 9 indica a zona de residência onde os inquiridos residem, se no Município de Tomar, se noutro município.

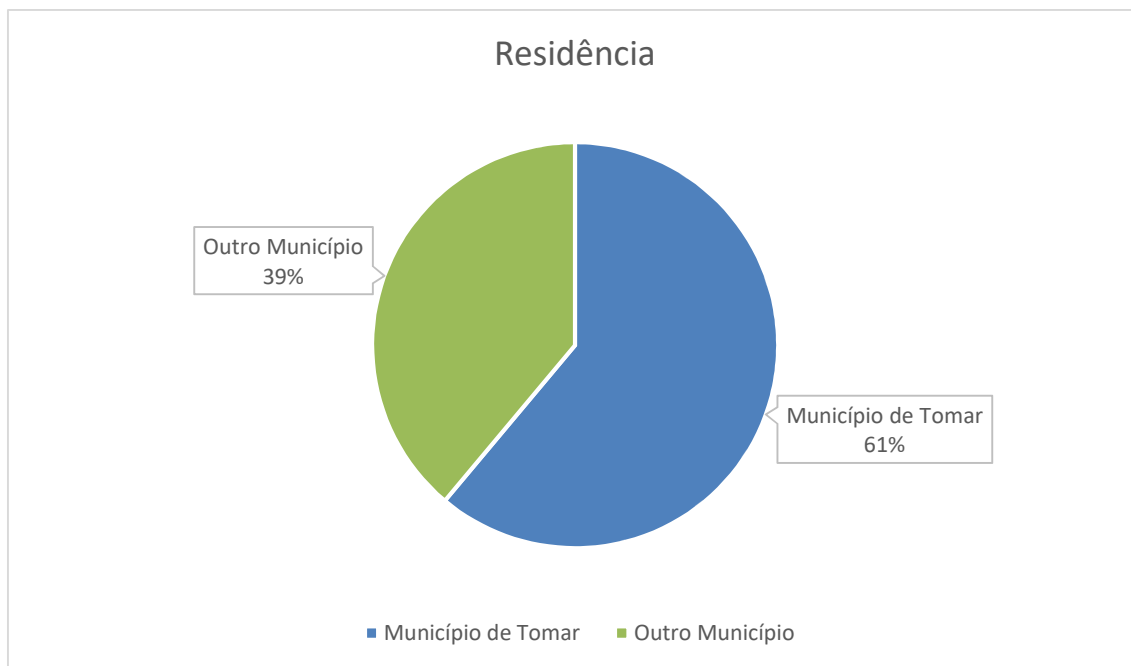


Gráfico 9- Residência dos Inquiridos.

Fonte: Elaboração Própria (2021).

Dos 200 indivíduos inquiridos, 61,1% residem no município de Tomar, perfazendo um total de 118 indivíduos, sendo que destes, 54,4% residem na zona urbana do município e os restantes 45,6% residem na zona rural.

Os restantes inquiridos (39%) que responderam que residiam “noutro município” indicaram os seguintes municípios: Ourém, Torres Novas, Abrantes, Entroncamento, Leiria, Aveiro, Loulé, Amadora, Cascais, Chamusca, entre outros.

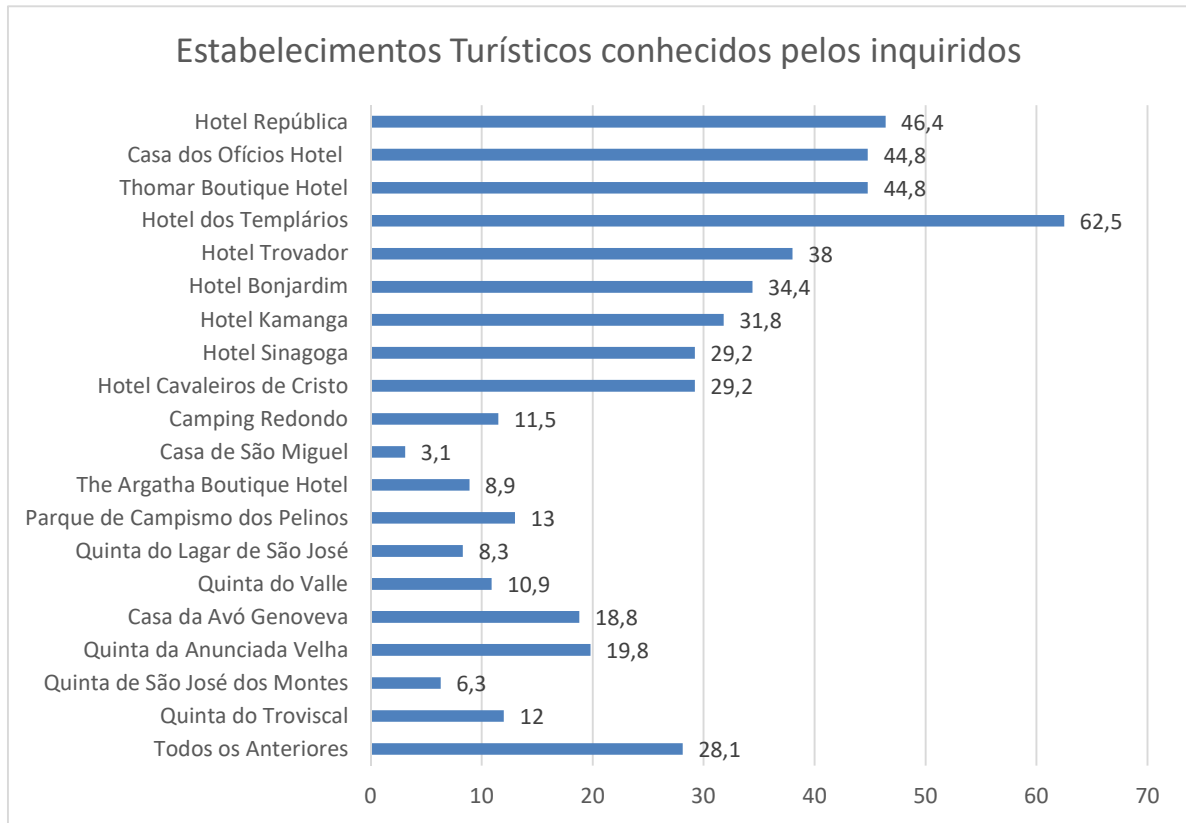


Gráfico 10 - Empreendimentos Turísticos conhecidos pelos Inquiridos.

Fonte: Elaboração Própria (2021).

O Gráfico 10, refere-se aos empreendimentos turísticos existentes que são, ou não, conhecidos pelos inquiridos.

No gráfico apresentado, encontram-se todos os empreendimentos turísticos existentes no município de Tomar. É possível constatar que o mais conhecido é, sem dúvida, o Hotel dos Templários, sendo conhecido por 62,5% dos 200 inquiridos. De todos os inquiridos, apenas 28,1% indicou conhecer todos os empreendimentos turísticos. É de referir que, tal como era esperado, os empreendimentos turísticos que se encontram localizados na zona urbana são mais conhecidos do que os empreendimentos que se encontram na zona rural. O gráfico seguinte encontra-se a resposta dos 200 inquiridos à questão “Quais dos alojamentos turísticos anteriores no seu entender, sofrem mais com a sazonalidade?”.

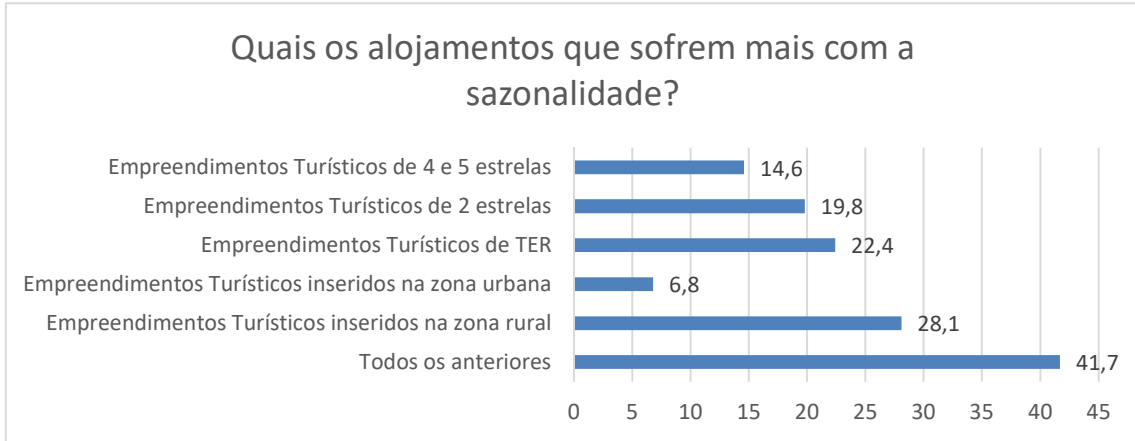


Gráfico 11 - Quais os alojamentos sofrem mais com a sazonalidade?

Fonte: Elaboração Própria (2021).

A resposta à questão “Quais dos alojamentos turísticos anteriores no seu entender, sofrem mais com a sazonalidade?” foi, na sua maioria “Todos os anteriores”, no entanto, os alojamentos inseridos na zona rural (28,1%) e os alojamentos de Turismo em Espaço Rural (22,4%), foram os mais indicados de serem mais afetados e prejudicados pela sazonalidade.

O gráfico seguinte (Gráfico 12), indica os fatores que, na opinião dos inquiridos, são os que melhor explicam a sazonalidade positiva e negativa no município de Tomar.

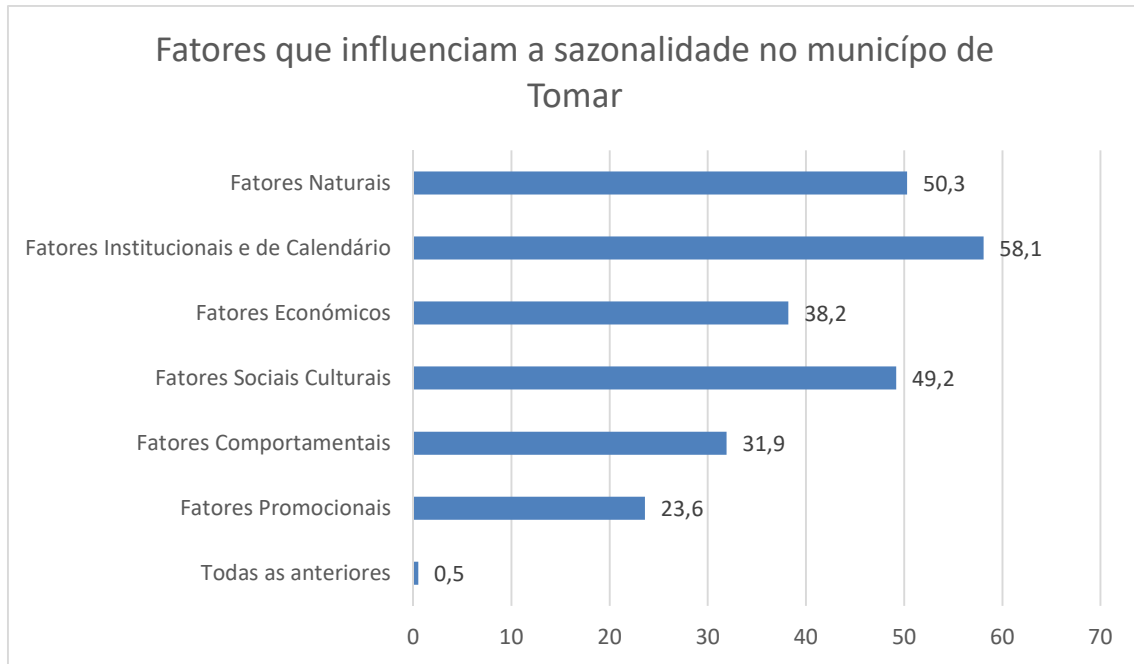


Gráfico 12 - Fatores que influenciam a sazonalidade no município de Tomar.

Fonte: Elaboração Própria (2021).

Os fatores que melhor explicam a sazonalidade no município de Tomar, referidos pelos inquiridos são os fatores Institucionais e de Calendários (58,1%), seguidos dos Fatores Naturais (50,3%) e dos Fatores Sociais e Culturais (49,2%). Os Fatores Económicos apenas foram referidos por 38,2% dos inquiridos.

Por fim, quando deparados com a questão “No seu entender, que medidas acha que deveriam ser implementadas para potenciar o desenvolvimento turístico e hoteleiro do município de Tomar?”, algumas das respostas dadas foram as seguintes: "O grande volume de turistas que vem a Tomar, não desce à cidade, vem mesmo só visitar o convento/castelo, pela sua história ligada aos Templários! Deveria haver forma de os fazer descer à cidade para visitar os vários locais de interesse tanto cultural como histórico que existe e assim prolongar a sua estadia, abrangendo o comércio e a hotelaria local!

Quem sabe promover um bilhete de entrada ao Convento, com oferta ou passe de entrada em outros serviços ou monumentos na cidade e com descontos de restaurantes e hotéis aderentes!"; “Criação de uma Aplicação *Android* Atualizada, capaz de mapear o alojamento local, através de Geolocalização. Permitindo a divulgação turística, independentemente da localização geográfica.”; “Deveria começar por melhorar as

condições de acessibilidade, estacionamento, sinalética, melhor e mais oferta gastronómica e acima de tudo maior articulação entre os visitantes do Convento de Cristo (que são muitos) e desenvolvimento comercial e cultural da cidade.”. A grande maioria das 200 respostas apresentadas fala em melhores condições, nomeadamente de estacionamento gratuito, mais sinalética e a criação de mais eventos e bilhetes de entrada em vários monumentos, bem como a criação de atividades ao ar livre, como percursos pedestres.

Os inquiridos neste questionário afirmam, tal como os representantes dos empreendimentos turísticos, que é necessário um maior apoio por parte da CMT, quer a nível das unidades hoteleiras, quer a nível do pequeno comércio e do comércio tradicional que é bastante afetado pelas consequências da sazonalidade na época baixa. Referem que é através do comércio local que Tomar atravessa fronteiras, quer seja através da azulejaria, quer seja através da doçaria, sendo assim importante mais e melhores incentivos. A campanha Tomar *Check-in*, apesar de ter sido bastante apreciada, tanto pelas unidades hoteleiras, como pela população em geral e o respetivo comércio local da cidade de Tomar, foi uma campanha que não obteve o resultado pretendido, teve pouca aderência e os *vouchers* oferecidos foram utilizados, na sua grande maioria, apenas em despesas de restauração, não tendo cumprido o objetivo principal que era atrair turistas que pernoitem na cidade e que, posteriormente, utilizassem os *vouchers* no comércio local.

Foi também reconhecido o sucesso das campanhas gastronómicas, como o “Todos com o Feijão e o Feijão com Todos” e a mostra da lampreia ou, o famoso Congresso da Sopa, que atrai milhares de pessoas á cidade em cada edição realizada.

No entanto e, tal como foi referido pelos representantes dos empreendimentos turísticos e também pela própria chefe de Divisão de Turismo e Cultura, a Dra. Ana Soares, é importante investir em diferentes tipos de turismo e deixar de se ver Tomar apenas como a cidade dos Templários, porque Tomar é tudo isso e muito mais.

A população inquirida indicou também que a participação das unidades hoteleiras e do próprio município em feiras e congressos ligados ao tema são uma mais valia que deve ser aproveitada, pois é lá que é possível fazer conhecimentos que ajudem à divulgação e promoção da cidade e é uma oportunidade de mostrar o que Tomar tem de melhor, promovendo assim a divulgação “boca-a-boca” que as pessoas fazem quando gostam do

que estão a ver e a adquirir, sendo a forma mais económica de divulgação e, muitas vezes, a melhor de todas.

Sintetizando todos os resultados obtidos no inquérito por questionário aplicado à população em geral do município de Tomar é possível concluir que: mais de metade dos inquiridos são do género feminino (55%), as faixas etárias mais evidentes pelos inquiridos são a faixa etária dos 46 aos 55 anos (27%) e a faixa etária dos 36 aos 45 anos (23%), a maioria dos inquiridos é de nacionalidade portuguesa (88%) e reside no município de Tomar (61%). Também grande parte dos inquiridos possuem uma licenciatura (37%) e metade dos inquiridos (50%) encontra-se empregado.

Relativamente ao tema em estudo: os empreendimentos turísticos mais conhecidos pelos inquiridos são os que se encontram dentro dos limites urbanos, sendo o Hotel dos Templários o mais conhecido de todos (62%). No que diz respeito ao fator da sazonalidade, a maioria dos inquiridos refere que todos os empreendimentos turísticos (41,7%) são afetados pelas suas consequências, independentemente de se encontrarem na zona rural ou na zona urbana. Por fim, os fatores mais indicados pelos inquiridos como os que mais contribuem para a sazonalidade da procura turística no município de Tomar são os fatores institucionais e de calendário (58,1%) e os fatores naturais (50,3%).

## Considerações Finais

---

O turismo é um setor que abrange todo o mundo, não estando focado apenas numa região ou país, por isso, é um setor de extrema fragilidade e volatilidade em relação ao desenvolvimento económico e social que se tem vivido nos últimos tempos. A sazonalidade é uma ameaça ao setor e é conhecida pelas consequências negativas que apresenta e cria em todas as regiões onde se acentua, como contratos de emprego precários e sazonais, aumento do desemprego quando esses contratos terminam e até mesmo o encerramento de espaços na época baixa, altura onde existe menos procura turística. A procura turística está relacionada com diversos fatores que podem ser de nível climático, económico ou institucionais, mas, são esses mesmos fator que, no decorrer da época baixa podem contribuir para a ocorrência de da sazonalidade positiva. Assim, a sazonalidade também pode trazer consequências positivas, caso se saiba aproveitar as condições que se criam em determinadas alturas, como épocas festivas, onde a procura por determinados produtos aumenta. Com o aumento da procura e do consumo, aumentam também as receitas geradas, sendo estas muito apreciadas numa altura onde se sentem mais os efeitos negativos deste fator, como ocorre na época baixa.

A oferta turística no município de Tomar tem vindo a crescer de ano para ano, mais hotéis, mais alojamentos locais, mais empresas de guias turísticos, mais restaurantes, este crescimento deve-se à procura existente na época alta, ou seja, nos meses de verão, no entanto, na época baixa, ou seja, nos meses de inverno, muitos destes empreendimentos turísticos vêm a procura e as suas receitas cair a pique, passando dias inteiros sem receber um único cliente, sem servir um único almoço, sem reservar um único quarto. A solução que os proprietários dos empreendimentos turísticos, dos restaurantes e de outras empresas ligadas ao setor turístico e hoteleiro em Tomar têm encontrado para tentar amenizar os efeitos da sazonalidade é a competitividade dos preços e a distinção da concorrência através de um fator que seja diferenciador e mais ninguém tenha. O planeamento estratégico é, sem dúvida, uma ferramenta essencial para conseguir atenuar os efeitos da sazonalidade e permitir uma maior organização e gestão da própria empresa em relação às empresas concorrentes.

Após toda a revisão de literatura e análise dos dados recolhidos, verificou-se que a sazonalidade não é um fator tão linear como aparenta à primeira vista. É um fator que depende de muitos elementos e influencia tantos outros.

Os empreendimentos turísticos registados em questão têm um plano estratégico elaborado, de forma a atuar a longo prazo, que passa, entre outras coisas, pela realização de parcerias com empresas de atividades turísticas internas e externas ao município de Tomar. No entanto, é necessário instaurar um plano estratégico para ser posto em prática a curto prazo e a médio prazo, uma vez que a sazonalidade neste município em particular tem sido cada vez mais acentuada devido à atual situação que o país enfrenta, tendo transformado as épocas média e alta, numa época baixa constante. Os representantes dos empreendimentos turísticos da região, nomeadamente os dos empreendimentos turísticos que se encontram na zona rural do município de Tomar, referiram que se sentem excluídos por parte da CMT em várias campanhas de alojamento, como foi o caso, por exemplo, da campanha Tomar *Check-In*. Esta falta de apoios referenciada pelos empreendimentos turísticos da zona rural leva a que muitos deles, ainda que indiquem que se encontram em funcionamento o ano inteiro, fechem as portas na época baixa, abrindo apenas quando existem reservas, tentando assim diminuir os custos da atividade, numa altura em que não são geradas receitas suficientes para os suportar.

Relativamente à visão da população geral em relação à temática em estudo: verificou-se que muitas das pessoas que responderam ao questionário tinham alguma dificuldade em definir a sazonalidade, não sabendo ao certo o que significava e como atuava. No entanto, após serem esclarecidas, indicaram que de todos os empreendimentos turísticos registados no município de Tomar os mais afetados por este fator seriam, sem dúvida, os que se encontram na zona rural. De entre as várias sugestões que foram referidas para amenizar e atenuar os efeitos da sazonalidade a divulgação e o apoio por parte da CMT foram as mais frisadas, bem como a criação de atividades que possam atrair mais turistas de natureza e turistas desportivos, evidenciando toda a componente cénica que existe tanto dentro da cidade de Tomar, como nos arredores que privilegia o contato com a natureza e a prática de desportos, sejam eles terrestres ou náuticos, dado à proximidade com a albufeira de Castelo de Bode. Houve também quem criticasse o excesso de oferta existente numa cidade “tão pequena” como Tomar, defendendo que “é por haver muita oferta que sofrem todos com a sazonalidade, se houvesse pouca oferta tal não acontecia”.

É certo que a sazonalidade afeta a todos, no entanto, não de igual modo. Para evitar a sazonalidade e minimizar os seus efeitos negativos é necessário criar atividades que despertem o interesse dos turistas ficarem mais do que uma noite; é necessário fazer de Tomar um local de pernoita e estadia e não apenas um local de passagem, por onde os turistas passam para chegar a Fátima, à Batalha ou a Alcobaça e, é também necessário conseguir atrair os milhares de turistas que visitam apenas o Castelo e o Convento de Cristo até à cidade, de forma a que queiram ficar mais tempo e aproveitar tudo o que de bom a região de Tomar tem para oferecer.

Este estudo pretendeu simplificar a forma de ver a sazonalidade, tornando-a mais fácil de mitigar e controlar.

No entanto, são de salientar alguns aspetos menos bons e alguns constrangimentos ocorridos que limitaram um pouco o processo. À semelhança de outros estudos, também este decorreu apenas numa região, não permitindo assim proceder à comparação com as realidades de outras regiões. O período definido para a elaboração a investigação não pode ser considerado um fator limitativo, no entanto, a reduzida amostra de empreendimentos turísticos registados na região, sendo estes apenas dezanove, foi um ponto negativo uma vez que reduziu a incidência do estudo exploratório, dificultando, a generalização dos resultados obtidos. Por outro lado, apesar do questionário ter sido aplicado de forma aberta a toda a população, a amostra populacional é de apenas 200 indivíduos, tendo sido um pouco demorado atingir este valor, uma vez que a taxa de aceitação e resposta foi relativamente baixa.

Por fim, atingiu-se o objetivo proposto, que era perceber a forma como o fator da sazonalidade atinge e afeta o município de Tomar. Como em tantas outras regiões, a sazonalidade demonstra-se no município de Tomar através de várias consequências maioritariamente negativas, como tal é importante rever estratégias e traçar planos para que este fator não estrague, no decorrer da época baixa, todo o esforço realizado durante a época alta.

Conclui-se assim, que é pertinente desenvolver estudos futuros de forma mais aprofundada, de forma a conferir uma maior e melhor interpretação do tema. Sugere-se, por exemplo, um estudo sobre os vários tipos de turismo que se encontram em crescimento na região de Tomar, como o turismo industrial, o turismo desportivo, o turismo de natureza, entre outros, definindo as suas especificidades e motivações desses segmentos turísticos e o seu potencial económico na promoção do destino “Tomar”.

A elaboração de um estudo alargado na região Centro de Portugal permitirá identificar estratégias que atuem na mitigação dos efeitos da sazonalidade. As linhas estratégicas sobre a atenuação da sazonalidade alcançadas neste estudo através das respostas obtidas pelos stakeholders são um contributo favorável de futuro para a criação de um plano estratégico que possa servir diferentes empreendimentos turísticos.

## Referências Bibliográficas

---

- Allcock, J. (1995). Seasonality. In S. Witt e L. Moutinho (Eds.), *Tourism Marketing and Management Handbook* (92-104). London: Prentice-Hall.
- Baron, R.R.V. (1975). *Seasonality in Tourism: a guide to analysis of seasonality*. Economist Intelligence Unit. Technical Paper, n.2.
- Baum, T.; Hagen, L. (1999). Responses to seasonality: The experiences of peripheral destinations. *Journal of Tourism Research* 1(4), p. 299-312.
- Beni, M. (2002). *Análise estrutural do turismo*. 7ª ed. São Paulo, Brasil: Senac.
- Beni, M. (2007). *Análise estrutural do turismo*, 12 edição, São Paulo, Senac.
- Bernecker, P., (1965), *Les Fondements du Tourisme, Cours d'Etudes Touristiques*, UIOOT.
- Burkart, A. J.; Medlik, S. (1981). *Tourism - past, present and future*, 2ª ed., London, Heinemann.
- Butler, R. (1994). Seasonality in Tourism: issues and problems. In: Seaton, A. et al. (eds.). *Tourism – The State of the art*, Chichester: Wiley, p. 332-339.
- Butler, R. (2001). Seasonality in Tourism: issues and implications. In: Baum, T.; Lundtorp, S. *Seasonality in tourism*. Oxford: Pergamont, p. 5-21.
- Butler, R.; Mao, B. (1996). *Seasonality in Tourism: Problems and Measurement*. In: Murphy, P. *Quality Management in Urban Tourism*. Chichester: Wiley, p. 9-23.
- Cardoso, J. (2012), *Templários em Tomar: A Iniciação dos Templários e dos Cavaleiros da Ordem Militar e Religiosa de Cristo em Portugal*, 1ª edição, Tomar – Heart Books.
- Castro, J. L. M. R. e. (2013). *Sazonalidade no Turismo – Novos Desafios à Sustentabilidade – O caso prático do Troia resort –*. ISCTE. Instituto Universitário de Lisboa.
- Cannas, R. (2012). An overview of tourism seasonality: Key concepts and policies. *Alma Tourism*, 5: pp. 40-58.
- Chiavenato, I. (2000). *Administração: teoria, processo e prática*. 3. ed São Paulo: Makron Books, p. 416.
- Coutinho; Coutinho, H.H. (2007). Turismo de eventos como alternativa para o problema da sazonalidade turística. *Revista Eletrônica Aboré*. 3.edição.
- Cunha, L. (2001). *Introdução ao Turismo*. Lisboa. Verbo.
- Cunha, L. (2003). *Perspectivas E Tendências Do Turismo*.
- Cunha, L. (2006). *Introdução Ao Turismo*. ed. Verbo.

- Cunha, L. (2008). “Avaliação Do Potencial Turístico.” *Cogitur, Journal of Tourism Studies* 1(1): pp. 21–40.
- Estudo de Viabilidade Casa dos Ofícios Hotel. (2017). Leiria. Retrieved from <https://turismo-portugal.com/portfolio/casa-dos-oficios-hotel/>.
- Fazenda et. al. (2017). *Estratégia 2027*. 66.
- Fernandes, M. (2011). *Administração Estratégica (Livro) (1)*. Brasília.
- Frechtling, D.C. (2001). World Conference on the economic impact of tourism. *International Journal of tourism research*. v.3, i.3. Wiley: p. 253-255.
- Freixo, M. (2001). *Metodologia da pesquisa: fundamentos, métodos e técnicas*. 3.<sup>a</sup> ed. Lisboa: Instituto Piaget.
- Figuerola, M. (1985). *Teoria econômica del turismo*. Madrid: Alianza Universidad Textos, 434 p.
- Fonseca, F. H. de L. (2008). A interface entre turismo de eventos e diminuição dos efeitos negativos da sazonalidade na hotelaria em Natal/RN. Trabalho de conclusão de curso. Bacharelado em turismo, (Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Natal).
- Hartmann, R. (1986). Tourism, seasonality and social change. *Leisure Studies* 5 (1): pp. 25-33.
- Henz, A. P., Leite, F. C., & Ruiz, T. C. (2014). Um Ensaio Teórico sobre Sazonalidade e Turismo. *Fórum Internacional de Turismo Do Iguassu*, (August 2016).
- Instituto Nacional de Estatística (vários anos) *Estatísticas do Turismo*, Lisboa, Instituto Nacional de Estatística.
- Instituto Nacional de Estatística (2009) *Conta Satélite do Turismo (2007 – 2009)*, “Destaque: Informação à Comunicação Social”.
- Jang, SooCheong. (2004). Mitigating tourism seasonality – A quantitative approach. *Annals of Tourism Research*, vol. 31, n.º 4: 819-836.
- Kotler, P., Bowen, J. e Makens, J. (1999). *Marketing for Hospitality and Tourism*. (2<sup>a</sup> Ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Lage, B. H; Milone, P. C. (1998). *Fundamentos económicos do turismo*. São Paulo: Senac.
- Lee, C., Bergin-Seers, S., Galloway, G., O’Mahony, B., e McMurray, A. (2008). *Seasonality in tourism industry: Impacts and strategies*. Australia: CRC – Sustainable Tourism Pty Ltd.
- Lopes, E. R. & Simões, J. T & Nunes, M. R. (2020). *Turismo Cultural e Recursos*

- Patrimoniais: evolução dos visitantes de um município. Pp. 11-42. e-Livro: Figueira, M; & Cortes, M. (Eds.). Turismo Patrimonial: o passado como experiência. Pelotas, pp. 1-271.
- Marcussen, C. (2011). Seasonality in tourism – Separating the natural and institutional causes. Apresentado na 2ª conferência internacional de gestão de turismo sustentável, Tailândia.
- Martins, I. M. da C. (2010). Gestão estratégica da sazonalidade em turismo: o caso de Aveiro, 2010, 204 p. Dissertação- Gestão e Desenvolvimento em Turismo, Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Martins, J. (2002). Turismo e Sazonalidade. Cadernos da Economia, Volume 61. Pp. 69-71.
- Mattos, F. M. (2007). Saga de um visionário. Florianópolis: Edeme, p. 203.
- Mathieson, A., Wall, G. (1982). Tourism: Economic, physical and social impacts, Longman Harlow, London.
- Medeiros, A. A. de. Turismo de eventos como estratégia no combate a sazonalidade: uma análise na hotelaria de Natal – RN. 2007. 104f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de pós-graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- Menezes, V. de O. (2014). Hotelaria e meios de hospedagem. Apostila didática.
- Mota, K. C. N. (2001). Marketing Turístico: promovendo uma atividade sazonal. São Paulo: Atlas.
- Murphy, P. E. (1985), Tourism: a community approach, Methuen, New York.
- Nunes, P., & Simões, M. (2020). Estudo de Caso: A Sazonalidade no Hotel Casa dos Ofícios. 33.
- Oliveira, M. (2014). A influências dos eventos na taxa de ocupação hoteleira. (Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril).
- Papadopoulos, S. (1986), "O fenômeno do turismo: Um exame de teorias e conceitos importantes", *The Tourist Review* , vol. 41 No. 3, pp. 2-11.
- Pimentel, E. (2008) . Estratégias para a gestão da sazonalidade: a oferta turística algarvia. p. 164. Dissertação – Gestão e Desenvolvimento em Turismo, Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Pires, H. (2017). As tecnologias na consolidação de marcas de turismo em conceitos emergentes: Tomar, um Projeto Turístico-Cultural – proposta prática. 140.

- Rodrigues, R. (2014). Rute Isabel Martins Rodrigues E-recrutamento como opção estratégica: realidade ou quimera nas empresas da região Minho?
- Rudniak, D. (2016). Sazonalidade na Hotelaria: Um estudo dos meios de hospedagens de Matinhos, litoral paranaense. 2016. 77f. Trabalho de conclusão de curso. Bacharel em Turismo (Universidade do Estadual do Centro-Oeste, Irati- PR).
- Silva, M. (2007). Impactos da sazonalidade na hotelaria: estudo na hotelaria de luxo da cidade do Rio de Janeiro.
- Silvestre, H., & Araújo, F. (2012). Metodologia para a Investigação Social. Lisboa: Escola Editora
- Tomazzoni, E. L.; Costa, J. S. (2012). O cluster de turismo da cidade de São Paulo e as visões dos gestores da hotelaria. In: ANAIS DO VII SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO NO MERCOSUL, 16 e 17 de nov. de 2012, Caxias do Sul – RN. Turismo e paisagem: relação complexa. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, nov. 2012. P. 1 – 19.
- Tribe, J. (2005). The Economics of Recreation, Leisure and Tourism. Terceira edição. Oxford: Elsevier.
- Trincão, C. (2016). História de Tomar para os mais novos. Tomar.
- Vanhove, N. (2004). The Economics of Tourism Destinations. Oxford: Elsevier ButterworthHeinemann.
- UNWTO (1999). Conta Satélite do Turismo: Quadro Conceptual. Madrid: World Tourism Organization.
- UNWTO (2000). Tourism 2020 Vision. Volume 4 – Europe. Madrid: World Tourism Organization.
- UNWTO (2001). Tourism 2020 Vision. Volume 7 – Global Forecasts and Profites of Market Segments. Madrid: World Tourism Organization.
- UNWTO (2001) - Tourism Satellite Account: Recomendated Methodological Framework. World Tourism Organization, Madrid, Spain.
- UNWTO (2004). Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations. A Guidebook. Madrid: World Tourism Organization.
- UNWTO (2005) Adapting the National Tourism Satellite Account (TSA) Project to Subnational Levels - A Discussion Paper.
- UNWTO (2006). Tourism Market Trends: World Overview & Tourism Toipcs. Tourism

Highlights, 2000, 2010-2012 edition.

UNWTO (2009). Tourism Highlights, 2009 Edition.

WTCC - World Travel and Tourism Council (2015). Travel and Tourism. Economic Impact.  
Mozambique.

## Legislação

---

Decreto de Lei n.º 56/2012, de 8 de novembro, Diário da República n.º 216/2012, Série I de 2012-11-08 – Artigo 1º, Assembleia da República, Lisboa.

Lei n.º 11-A/2013, de 28 de janeiro, Diário da República n.º 19/2013, 1º Suplemento, Série I de 2013-01-28 – Artigo 2º, Assembleia da República. Lisboa.

Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de março, Diário da República n.º 48/2008, Série I de 2008-03-07 – Artigo 2º, Ministério da Economia e da Inovação, Lisboa.

Decreto-Lei n.º 15/2014, de 23 de janeiro, Diário da República n.º 16/2014, Série I de 2014-01-23 – Artigo 15º, Ministério da Economia, Lisboa.

Decreto-Lei n.º 128/2014, de 29 de agosto, Diário da República n.º 166/2014, Série I de 2014-08-29 – Artigo 3º, Ministério da Economia, Lisboa.

Decreto-Lei n.º 186/2015, de 3 de setembro, Diário da República n.º 172/2015, Série I de 2015-09-03 – Artigo 11º, Ministério da Economia, Lisboa.

Portaria n.º 1320/2008, de 17 de novembro, Diário da República n.º 223/2008, Série I de 2008-11-17 – Artigo 2º, Presidência do Conselho de Ministros e Ministérios da Economia e da Inovação e da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas, Lisboa.

## Referências Eletrónicas

---

Booking. (1996). <https://www.booking.com/hotel/pt/quinta-da-anunciada-velha.pt-pt.html>,  
acedido em 13/09/2021;

Jornal Cidade de Tomar. (N.D). <http://www.cidadetomar.pt/2021/07/30/actualidade/censos-2021-tomar-perde-4233-pessoas-relativamente-a-2011/>,  
acedido em 14/09/2021;

Diário da República Eletrónico. (N.D.). <https://dre.pt/pesquisa/-/search/147814581/details/maximized>,  
acedido em 17/07/2021;

Diário da República Eletrónico. (N.D.). <https://dre.pt/pesquisa/-/search/56384880/details/maximized>,  
acedido em 17/07/2021;

Diário da República Eletrónico. (N.D.). <https://dre.pt/pesquisa/-/search/658627/details/maximized>,  
acedido em 17/07/2021;

Diário da República Eletrónico. (N.D.). <https://dre.pt/pesquisa/-/search/453513/details/maximized>,  
acedido em 17/07/2021;

Instituto Nacional de Estatística. (2009).  
[https://censos.ine.pt/xportal/xmain?xpid=CENSOS&xpgid=censos2011\\_apresentacao](https://censos.ine.pt/xportal/xmain?xpid=CENSOS&xpgid=censos2011_apresentacao),  
acedido em 04/06/2021;

Instituto Nacional de Estatística. (2009). [https://www.ine.pt/scripts/db\\_censos\\_2021.html](https://www.ine.pt/scripts/db_censos_2021.html),  
acedido em 14/09/2021;

Quinta do Lagar de São José. (2021). <http://lagardesjose.com/>,  
acedido em 13/09/2021;

PORDATA. (2010). Base de dados Portugal Contemporâneo. <https://www.pordata.pt/>,  
acedido em 04/06/2021;

Redondo Lodges & Camping. (N.D). <https://redondolodges.com/>,  
acedido em 13/09/2021;

Organização Mundial do Turismo. (N. D). <https://www.unwto.org/statistics>,  
acedido em 11/10/2021.

## Anexos

---

Anexo A: Email enviado para as Unidades Hoteleiras envolvidas no estudo de caso, para marcação de entrevista

### Solicitação de Entrevista



Patricia Alexandra Pereira Nunes <aluno19910@ipt.pt>

21/04/2021 16:25



Para:

Exmo/a(s) Sr/a(s),

O meu nome é Patrícia Nunes.

Sou estudante do Mestrado em Gestão do Instituto Politécnico de Tomar e, estou neste momento a desenvolver a minha dissertação de Mestrado, intitulada "A Sazonalidade Turística na Hotelaria em Tomar".

Esta dissertação de mestrado tem como principal objetivo perceber a forma como a sazonalidade turística afeta os empreendimentos turísticos registados no município de Tomar e propor estratégias de mitigação à sazonalidade.

Neste sentido, venho junto de V. Exa. solicitar uma entrevista presencial, de modo a compreender como a unidade hoteleira que V. Exa. representa, poderá contribuir para o desenvolvimento deste meu trabalho académico que versa sobre a sazonalidade.

Esperando o melhor acolhimento a este pedido, fico a aguardar ansiosamente por uma resposta favorável para a prossecução deste meu trabalho académico.

Sem outro assunto de momento, despeço-me com os meus melhores cumprimentos,

Patrícia Nunes

Estudante de Mestrado em Gestão, IPT

Anexo B: Questionário realizado na plataforma *GoogleForms* e aplicado aos proprietários e gerentes dos Empreendimentos Turísticos Registados envolvidos no estudo de caso

02/10/21, 10:13

A Sazonalidade Turística na Hotelaria em Tomar

## A Sazonalidade Turística na Hotelaria em Tomar

O presente questionário insere-se num estudo de investigação realizado no decorrer da realização da Dissertação de Mestrado em Gestão, intitulada "A Sazonalidade Turística na Hotelaria em Tomar" no Instituto Politécnico de Tomar. Esta dissertação de mestrado tem como principal objetivo perceber a forma como a sazonalidade turística afeta os empreendimentos turísticos registados no município de Tomar e propor estratégias de mitigação à sazonalidade. Solicita-se que as questões sejam lidas atentamente e que as respetivas respostas sejam apresentadas com o maior rigor possível. Todos os dados recolhidos serão tratados de forma anónima, sendo utilizados apenas para o estudo em causa. O seu contributo é fundamental para o sucesso deste estudo. Esta dissertação de mestrado e o respetivo questionário são da autoria da mestranda Patrícia Nunes ([pal Alexandra.nn92@gmail.com](mailto:pal Alexandra.nn92@gmail.com)).

\*Obrigatório



Parte I - Identificação

1. Nome Alojamento Turístico: \*

\_\_\_\_\_

02/10/21, 10:13

A Sazonalidade Turística na Hotelaria em Tomar

2. Localização: \*

\_\_\_\_\_

3. Tipologia de Alojamento: \*

Marcar apenas uma oval.

- Hotel 5\*
- Hotel 4\*
- Hotel 2\*
- Parque de Campismo
- Turismo em Espaço Rural (TER)
- Outra: \_\_\_\_\_

4. Qual a capacidade deste alojamento? \*

Marcar tudo o que for aplicável.

	Nenhum/Nenhuma	< 5	Entre 6 e 10	Entre 11 e 20	Entre 21 e 30	Entre 31 e 40	Entre 41 e 50
Apartamentos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Quartos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Camas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chalets	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bungallows	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yurks (Tendas da Mongólia)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Parte II - O Alojamento Turístico e o Mercado Turístico

## A Sazonalidade da Procura Turística na Hotelaria em Tomar

https://docs.google.com/forms/d/16NfKisBdY7-2vzFH-qumV6KHFEy\_\_2orK6ICLbo/edit

1/8

02/10/21, 10:13

A Sazonalidade Turística na Hotelaria em Tomar

5. Refira os meses em que o Alojamento turístico se encontra em funcionamento ao longo do ano: \*

*Marcar tudo o que for aplicável.*

- Janeiro
- Fevereiro
- Março
- Abril
- Maio
- Junho
- Julho
- Agosto
- Setembro
- Outubro
- Novembro
- Dezembro
- O Ano Inteiro

6. Qual o tipo de turista que mais procura este alojamento turístico? \*

*Marcar tudo o que for aplicável.*

- Turista Cultural
- Turista Gastronómico
- Turista Religioso
- Turista de Lazer
- Turista de Natureza/ EcoTurista
- Turista de Negócios

Outra:  \_\_\_\_\_

https://docs.google.com/forms/d/16NfKisBdY7-2vzFH-qumV6KHFEy\_\_2orK6ICLbo/edit

3/8

https://docs.google.com/forms/d/16NfKisBdY7-2vzFH-qumV6KHFEy\_\_2orK6ICLbo/edit

2/8

02/10/21, 10:13

A Sazonalidade Turística na Hotelaria em Tomar

7. De que forma é que o alojamento turístico é divulgado? \*

*Marcar tudo o que for aplicável.*

- Ao Balcão
- Anúncios Publicitários
- Website
- PressTrips
- Feiras e outros eventos
- Operadores nacionais
- Operadores internacionais
- Meios de comunicação e divulgação - CMT

Outra:  \_\_\_\_\_

8. Qual o público que mais usufrui dos serviços oferecidos pelo alojamento turístico? \*

*Marcar tudo o que for aplicável.*

- Residentes
- Turista Nacional
- Turista Internacional

9. Qual o país de proveniência dos hóspedes? Indique por favor uma estimativa da percentagem dos países de proveniência. \*

---

---

---

---

---

https://docs.google.com/forms/d/16NfKisBdY7-2vzFH-qumV6KHFEy\_\_2orK6ICLbo/edit

4/8

https://docs.google.com/forms/d/16NfKisBdY7-2vzFH-qumV6KHFEy\_\_2orK6ICLbo/edit

4/8

02/10/21, 10:13

A Sazonalidade Turística na Hotelaria em Tomar

10. Considerando os preços atuais dos quartos, como têm evoluído na época alta e na época baixa nos últimos 3 anos? \*

---



---



---



---

Parte III - A Sazonalidade Turística no Alojamento Turístico

11. Quais são, na sua opinião, os fatores que melhor explicam a sazonalidade no município de Tomar? \*

Marcar tudo o que for aplicável.

- Fatores Naturais (Variações climáticas, fatores geográficos, desastres naturais, etc)
- Fatores Institucionais e de Calendário (Férias, feriados, etc)
- Fatores Económicas (Rendimento, preços, taxas de câmbio, etc)
- Fatores Sociais e Culturais (Costumes, tradições, etc)
- Fatores Comportamentais (Motivações dos turistas)
- Fatores Promocionais (Promoções de produtos por parte da empresa)

Outra:  \_\_\_\_\_

02/10/21, 10:13

A Sazonalidade Turística na Hotelaria em Tomar

12. Quais são os meses de maior e menor procura no estabelecimento e quais as respetivas taxas de ocupação? \*

Marcar tudo o que for aplicável.

	De 0% a 25%	De 25% a 50%	De 50% a 75%	De 75% a 100%
Janeiro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fevereiro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Março	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Abril	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maió	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Junho	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Julho	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Agosto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Setembro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outubro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Novembro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dezembro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. O alojamento turístico recorre a estratégias para atenuar as causas da sazonalidade? \*

Marcar tudo o que for aplicável.

- Sim
- Não
- Se sim, Quais?
- Criação de promoções e descontos sazonais
- Promoção do turismo social (oferta de férias a preços mais baixos)
- Distribuição e política de preços (flexibilização dos preços)
- Diversificação do mix de produtos
- Identificação de novos segmentos de mercado

Outra:  \_\_\_\_\_

## A Sazonalidade da Procura Turística na Hotelaria em Tomar

https://docs.google.com/forms/d/16NfMIsBdtY7-2vzFH-q-umV6KHFEy\_\_2orK6ICLbo/edit

5/8

https://docs.google.com/forms/d/16NfMIsBdtY7-2vzFH-q-umV6KHFEy\_\_2orK6ICLbo/edit

6/8

02/10/21, 10:13

A Sazonalidade Turística na Hotelaria em Tomar

14. Quais são as estratégias utilizadas para a determinação de preços nas diferentes épocas sazonais (natal, passagem de ano, dia dos namorados, páscoa, ...)? \*

---

---

---

---

---

15. Quais são as estratégias de marketing utilizadas pelo estabelecimento para a divulgação do destino e quais são os meios utilizados para esse efeito? \*

*Marcar tudo o que for aplicável.*

- Ações promocionais  
 Parcerias com outras empresas  
 Parcerias com celebridades  
 Combinação de negócios com solidariedade  
 Utilização de vários canais

Outra:  \_\_\_\_\_

16. Quais são as estratégias de marketing utilizadas pelo estabelecimento para a divulgação do destino e quais são os canais utilizados para esse efeito? \*

*Marcar tudo o que for aplicável.*

- Redes Sociais (Facebook, Instagram Twitter)  
 E-mail marketing  
 Tráfego orgânico, direto e de referências  
 Blog  
 Anúncios pagos  
 Website do estabelecimento  
 "Boca a boca"

Outra:  \_\_\_\_\_

https://docs.google.com/forms/d/16NfMIsBdtY7-2vzFH-q-umV6KHFEy\_\_2orK6ICLbo/edit

7/8

https://docs.google.com/forms/d/16NfMIsBdtY7-2vzFH-q-umV6KHFEy\_\_2orK6ICLbo/edit

8/8

02/10/21, 10:13

A Sazonalidade Turística na Hotelaria em Tomar

17. Que medidas deveriam ser implementadas para potenciar o desenvolvimento turístico da cidade de Tomar? \*

---

---

---

---

---

Grata pela atenção e tempo dispensados!

Patricia Nunes

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pela Google.

Google Formulários

Anexo C: Email enviado para a Senhora Dra. Sandra Araújo, Técnica Superior de Turismo, para a Senhora Dra. Ana Soares, Chefe de Divisão do Turismo e Cultura

**Pedido de Resposta a Entrevista Escrita - Dissertação de Mestrado "A Sazonalidade da Procura Turística na Hotelaria em Tomar"**

Patricia Alexandra Pereira Nunes  
qua, 08/09/2021 18:42  
Para: sandraaraujo@cm-tomar.pt

Entrevista a elementos d...  
17 KB

Exma. Senhora  
Dra. Sandra Araújo  
Boa Tarde

O meu nome é Patrícia Nunes.  
Sou estudante de Mestrado em Gestão no Instituto Politécnico de Tomar e estou neste momento na fase final da minha dissertação de mestrado, sendo esta a parte da recolha de dados.

Infelizmente, devido à atual situação pandémica, muitas das entrevistas têm de ser realizadas via email.  
Assim, venho por meio deste solicitar que respondam a algumas questões sobre o município de Tomar, bem como a procura turística e a divulgação do mesmo.

As respostas a estas questões serão utilizadas, única e exclusivamente, para integração na dissertação de mestrado de forma a, juntamente com dados recolhidos nos empreendimentos turísticos registados do município e dados retirados dos sites estatísticos INE e PORDATA, possibilitarem uma análise da procura turística no mercado hoteleiro no município de Tomar e, de forma a entender o que se poderá fazer para atenuar a sazonalidade turística.

Agradeço desde já o tempo e atenção dispensados.

Com os melhores cumprimentos,  
Patrícia Nunes  
Mestranda em Gestão do Instituto Politécnico de Tomar

**Pedido de Resposta a Entrevista Escrita - Dissertação de Mestrado "A Sazonalidade da Procura Turística na Hotelaria em Tomar"**

Patricia Alexandra Pereira Nunes  
sáb, 02/10/2021 08:33  
Para: Ana Soares <anasoares@cm-tomar.pt>

Entrevista a Elementos d...  
318 KB

Exma. Senhora.  
Dra. Ana Soares  
Boa Noite

O meu nome é Patrícia Nunes.  
Sou estudante de Mestrado em Gestão no Instituto Politécnico de Tomar e estou neste momento na fase final da minha dissertação de mestrado, sendo esta a parte da recolha de dados.

Infelizmente, devido à atual situação pandémica, muitas das entrevistas têm de ser realizadas via email.  
Assim, venho por meio deste solicitar que responda a algumas questões sobre o município de Tomar, bem como a procura turística e a divulgação do mesmo.

As respostas a estas questões serão utilizadas, única e exclusivamente, para integração na dissertação de mestrado de forma a, juntamente com dados recolhidos nos empreendimentos turísticos registados do município e dados retirados dos sites estatísticos INE e PORDATA, possibilitarem uma análise da procura turística no mercado hoteleiro no município de Tomar e, de forma a entender o que se poderá fazer para atenuar a sazonalidade turística.

Agradeço desde já o tempo e atenção dispensados.

Com os melhores cumprimentos,  
Patrícia Nunes  
Mestranda em Gestão do Instituto Politécnico de Tomar

Anexo D: Guião das Entrevistas realizadas à Senhora Dra. Sandra Araújo, Técnica Superior de Turismo e à Senhora Dra. Ana Soares, Chefe de Divisão do Turismo e Cultura

**Entrevista à Técnica Superior de Turismo, Dra. Sandra Araújo**

A presente entrevista insere-se num estudo de investigação realizado no decorrer da Dissertação de Mestrado em Gestão, intitulada "A Sazonalidade da Procura Turística na Hotelaria em Tomar" no Instituto Politécnico de Tomar. Esta dissertação de mestrado tem como principal objetivo perceber a forma como a sazonalidade turística afeta os empreendimentos turísticos registados no município de Tomar e perceber as estratégias implementadas para mitigação da sazonalidade.

1. Quais são as estratégias da autarquia para o setor turístico?
2. Como acha que deve ser realizada a promoção turística do município de Tomar como destino turístico?
3. Refira, na sua opinião, os motivos mais relevantes que conduzem os turistas a visitar Tomar.
4. Sendo um destino de turismo, essencialmente, cultural, quais são os meses de maior e menor procura turística?
5. Na sua opinião, a sazonalidade é um fator de grande impacto (negativo) no município de Tomar e nas suas unidades hoteleiras?
6. O que acha que se pode fazer para amenizar os efeitos da sazonalidade na região de Tomar?
7. O que acha que é necessário fazer ou alterar, para promover uma maior pernoita na cidade?
8. Que estratégias de *marketing* deveriam ser implementadas no sentido de potenciar o desenvolvimento turístico da cidade de Tomar?
9. Qual é a imagem/marca utilizada para a promoção do destino em geral?

Grata pela colaboração!

Patrícia Nunes

**Entrevista à Chefe de Divisão de Turismo e Cultura, Dra. Ana Soares**

A presente entrevista insere-se num estudo de investigação realizado no decorrer da Dissertação de Mestrado em Gestão, intitulada "A Sazonalidade da Procura Turística na Hotelaria em Tomar" no Instituto Politécnico de Tomar. Esta dissertação de mestrado tem como principal objetivo perceber a forma como a sazonalidade turística afeta os empreendimentos turísticos registados no município de Tomar e perceber as estratégias implementadas para mitigação da sazonalidade.

1. Quais são as estratégias da autarquia para o setor turístico a curto e a longo prazo?
2. Que estratégias estão a ser implementadas ao nível da promoção turística do município de Tomar como destino turístico?
3. Refira, na sua opinião, os motivos mais relevantes que conduzem os turistas a visitar Tomar.
4. Sendo um destino de turismo, essencialmente, cultural, quais são os meses de maior e menor procura turística?
5. Na sua opinião, a sazonalidade é um fator de grande impacto (negativo) no município de Tomar e nas suas unidades hoteleiras?
6. Na sua opinião, que medidas podem ser tomadas para amenizar os efeitos da sazonalidade na região de Tomar?
7. O que acha que é necessário fazer ou alterar, para promover uma maior pernoita na cidade?
8. Que estratégias de *marketing* deveriam ser implementadas no sentido de potenciar o desenvolvimento turístico da cidade de Tomar?
9. Qual é a imagem/marca utilizada para a promoção do destino Tomar em geral?

Grata pela colaboração!

Patrícia Nunes

Anexo E: Questionário realizado na plataforma *GoogleForms* e aplicado à população geral do município de Tomar

02/10/21, 10:38 A Sazonalidade da Procura Turística na Hotelaria em Tomar

## A Sazonalidade da Procura Turística na Hotelaria em Tomar

O presente questionário insere-se num estudo de investigação realizado no decorrer da realização da Dissertação de Mestrado em Gestão, intitulada "A Sazonalidade Turística na Hotelaria em Tomar" no Instituto Politécnico de Tomar. Esta dissertação de mestrado tem como principal objetivo perceber a forma como a sazonalidade turística afeta os empreendimentos turísticos registados no município de Tomar e propor estratégias de mitigação à sazonalidade. Solicita-se que as questões sejam lidas atentamente e que as respetivas respostas sejam apresentadas com o maior rigor possível. Todos os dados recolhidos serão tratados de forma anónima, sendo utilizados apenas para o estudo em causa. O seu contributo é fundamental para o sucesso deste estudo. Esta dissertação de mestrado e o respetivo questionário são da autoria da mestranda Patrícia Nunes ([pal Alexandra.nn92@gmail.com](mailto:pal Alexandra.nn92@gmail.com)).

**\*Obrigatório**



**Parte I - Identificação**

1. Género \*

Marcar apenas uma oval.

Masculino

Feminino

<https://docs.google.com/forms/d/1mKizEmgyoarpNDQIPETgGVP98MNHjcaLNKC7a4hGz8/edit>

02/10/21, 10:38 A Sazonalidade da Procura Turística na Hotelaria em Tomar

2. Idade \*

Marcar apenas uma oval.

< 18

19 - 25

26 - 35

36-45

46-55

56-65

65 <

3. Nacionalidade \*

Marcar apenas uma oval.

Portuguesa

Inglesa

Francesa

Espanhola

Outra: \_\_\_\_\_

4. Habilitações Literárias \*

Marcar apenas uma oval.

Ensino Básico

Ensino Secundário

Licenciatura

Mestrado

Doutoramento

Outra: \_\_\_\_\_

<https://docs.google.com/forms/d/1mKizEmgyoarpNDQIPETgGVP98MNHjcaLNKC7a4hGz8/edit>

5. Situação perante o trabalho: \*

Marcar apenas uma oval.

- Estudante
- Empregado
- Estudante/Trabalhador
- Desempregado
- Reformado/Pensionista
- Outra: \_\_\_\_\_

6. Residência \*

Marcar apenas uma oval.

- Município de Tomar
- Outro Município

7. Se indicou "Outro Município" na questão anterior, indique qual:

Marcar apenas uma oval.

- Ourém
- Torres Novas
- Abrantes
- Entroncamento
- Leiria
- Outra: \_\_\_\_\_

8. Residência \*

Marcar apenas uma oval.

- Zona Urbana
- Zona Rural

Parte II - A Sazonalidade e a Oferta Hoteleira no Município de Tomar

9. O que entende por "Sazonalidade"? \*

---

---

---

---

---

10. A Sazonalidade é definida da seguinte maneira: \*

Marcar apenas uma oval.

- "A sazonalidade é uma situação ou um fenómeno que costuma ocorrer na mesma época do ano, sempre com características similares."
- "Refere-se ao que é temporário."
- "Sazonalidade é a variação de procura sobre determinado produto/serviço de acordo com a época/período do ano."

## A Sazonalidade da Procura Turística na Hotelaria em Tomar

02/10/21, 10:38

A Sazonalidade da Procura Turística na Hotelaria em Tomar

### 11. Indique quais dos seguintes alojamentos turísticos conhece: \*

*Marcar tudo o que for aplicável.*

- Hotel República (União de Freguesias de Tomar) - Hotel de 5 Estrelas
- Casa dos Ofícios Hotel (União de Freguesias de Tomar) - Hotel de 4 Estrelas
- Thomar Boutique Hotel (União de Freguesias de Tomar) - Hotel de 4 Estrelas
- Hotel dos Templários (União de Freguesias de Tomar) - Hotel de 4 Estrelas
- Hotel Trovador (União de Freguesias de Tomar) - Hotel de 2 Estrelas
- Hotel Bonjardim (União de Freguesias de Tomar) - Hotel de 2 Estrelas
- Hotel Kamanga (União de Freguesias de Tomar) - Hotel de 2 Estrelas
- Hotel Cavaleiros de Cristo (União de Freguesias de Tomar) - Hotel de 2 Estrelas
- Hotel Sinagoga (União de Freguesias de Tomar) - Hotel de 2 Estrelas
- Camping Redondo (União de Freguesias Serra e Junceira) - Parque de Campismo e Caravanismo
- Casa de São Miguel (União de Freguesias de Além da Ribeira e Pedreira) - Casa de Campo
- The Argatha Boutique Hotel (Freguesia da Sabacheira) - Casa de Campo
- Parque de Campismo dos Pelinos (Freguesia das Olalhas) - Parque de Campismo e Caravanismo
- Quinta Lagar de São José (Freguesia de Paialvo) - Casa de Campo
- Quinta do Valle (Freguesia da Asseiceira) - Agro-Turismo
- Casa da Avó Genoveva (Freguesia de Paialvo) - Casa de Campo
- Quinta da Anunciada Velha (União de Freguesias de Madalena e Beselga) - Turismo em Espaço Rural
- Quinta São José dos Montes (Freguesia das Olalhas) - Agro-Turismo
- Quinta do Troviscal (Freguesia de São Pedro) - Casa de Campo
- Todos os anteriores

### 12. Quais dos alojamentos turísticos anteriores no seu entender, sofrem mais com a sazonalidade? \*

*Marcar tudo o que for aplicável.*

- Os alojamentos de categoria superior (4 e 5 Estrelas)
- Os alojamentos de categoria inferior (2 Estrelas)
- Os alojamentos de Turismo em Espaço Rural e Agro-Turismo
- Os alojamentos inseridos na zona urbana
- Os alojamentos inseridos na zona rural
- Todos os anteriores

<https://docs.google.com/forms/d/1mKlzeMqyoarppNDQIPETgGVP98MNHjcaLNKC7a4hGz8/edit>

5/8

02/10/21, 10:38

A Sazonalidade da Procura Turística na Hotelaria em Tomar

### 13. Qual é, na sua opinião, o tipo de turista que mais visita o município de Tomar? \*

*Marcar tudo o que for aplicável.*

- Turista Cultural
- Turista Gastronómico
- Turista Religioso
- Turista de Lazer
- Turista de Natureza/ EcoTurista
- Turista de Negócios
- Todos os anteriores

Outra:  \_\_\_\_\_

### 14. De que forma pensa que os alojamentos turísticos devem ser divulgados de modo a atrair mais turistas a pernoitar no município de Tomar? \*

*Marcar tudo o que for aplicável.*

- Ao Balcão
- Anúncios Publicitários
- Website
- PressTrips
- Feiras e outros eventos
- Operadores nacionais
- Operadores internacionais
- Meios de comunicação e divulgação - CMT
- Todos os anteriores

Outra:  \_\_\_\_\_

### 15. Qual é, na sua opinião, o público que mais usufrui dos serviços oferecidos pelo alojamento turístico no município de Tomar? \*

*Marcar tudo o que for aplicável.*

- Residentes
- Turista Nacional
- Turista Internacional

<https://docs.google.com/forms/d/1mKlzeMqyoarppNDQIPETgGVP98MNHjcaLNKC7a4hGz8/edit>

6/8

02/10/21, 10:38

A Sazonalidade da Procura Turística na Hotelaria em Tomar

16. Quais são, na sua opinião, os fatores que melhor explicam a sazonalidade (positiva e negativa) no município de Tomar? \*

Marcar tudo o que for aplicável.

- Fatores Naturais (Variações climáticas, fatores geográficos, desastres naturais, etc)
- Fatores Institucionais e de Calendário (Férias, feriados, etc)
- Fatores Económicas (Rendimento, preços, taxas de câmbio, etc)
- Fatores Sociais e Culturais (Costumes, tradições, etc)
- Fatores Comportamentais (Motivações dos turistas)
- Fatores Promocionais (Promoções de produtos por parte da empresa)

Outra:  \_\_\_\_\_

17. No seu entender, quais devem ser as estratégias de marketing utilizadas pelos estabelecimentos hoteleiros para a divulgação do destino e quais devem ser os meios utilizados para esse efeito? \*

Marcar tudo o que for aplicável.

- Ações promocionais
- Parcerias com outras empresas
- Parcerias com celebridades
- Combinação de negócios com solidariedade
- Utilização de vários canais
- Todas as anteriores

Outra:  \_\_\_\_\_

02/10/21, 10:38

A Sazonalidade da Procura Turística na Hotelaria em Tomar

18. No seu entender, quais devem ser as estratégias de marketing utilizadas pelo estabelecimentos hoteleiros para a divulgação do destino e quais devem ser os canais utilizados para esse efeito? \*

Marcar tudo o que for aplicável.

- Redes Sociais (Facebook, Instagram Twitter)
- E-mail marketing
- Tráfego orgânico, direto e de referências
- Blog
- Anúncios pagos
- Website do estabelecimento
- "Boca a boca"
- Todas as anteriores

Outra:  \_\_\_\_\_

19. No seu entender, que medidas acha que deveriam ser implementadas para potenciar o desenvolvimento turístico e hoteleiro do município de Tomar? \*

---

---

---

---

---

Grata pela colaboração!

Patrícia Nunes

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pela Google.

Google Formulários