



MUNICÍPIO DE POMBAL

Cópia de parte da ata da Reunião Ordinária da Câmara Municipal de Pombal nº0014/CMP/21, celebrada em 18 de Junho de 2021 e aprovada em minuta para efeitos de imediata execução.

Ponto 2.13.1. Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal – Aprovação do documento final

Foi presente à reunião a informação n.º 103/UT18/21, da Unidade de Turismo, datada de 31-05-2021, que a seguir se transcreve:

"Assunto: Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal – Aprovação do documento final

Exmo. Sr. Presidente,

Considerando o Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal na sua versão final;

Considerando o Relatório de Ponderação da Consulta Pública que decorreu em Março;

Solicita-se a Vossa Exa. que o Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal seja submetido ao Órgão Câmara Municipal e à Assembleia Municipal.

À consideração superior;"

A Câmara deliberou, por maioria, com três abstenções dos Senhores Vereadores Eng.º Narciso Mota e Dr. Michael António do Movimento NMPH e Dra. Odete Alves do Partido Socialista, aprovar o Plano de Desenvolvimento Turístico e submeter o referido documento à apreciação da Assembleia Municipal, para efeitos de aprovação.



Município de Pombal

Unidade de Turismo

INFORMAÇÃO

À Reunião.

02-06-2021
Presidente

(Diogo Alves Mateus - Dr.)

Assunto: Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal – Aprovação do documento final

Exmo. Sr. Presidente,

Considerando o Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal na sua versão final;

Considerando o Relatório de Ponderação da Consulta Pública que decorreu em Março;

Solicita-se a Vossa Exa. que o Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal seja submetido ao Órgão Câmara Municipal e à Assembleia Municipal.

À consideração superior,

(António Neves)



Images: www.cm-pombal.pt

PLANO DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO DE POMBAL

Câmara Municipal de Pombal

PR-04339 | abril 2020 (versão agosto 2020)



PLANO DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO DE POMBAL

Câmara Municipal de Pombal

PR-04339 | abril 2020 (versão agosto 2020)



LISTA DE SIGLAS E ACRÓNIMOS

ACF Associação Caminhos de Fátima	IMI Imposto Municipal Sobre Imóveis
AL Alojamento Local	IMT Imposto Municipal sobre a Transmissão Onerosa de Imóveis
ARCUPS Associação Recreativa Cultural de Promoção Social	INE Instituto Nacional de Estatística
ARPT Agência Regional de Promoção Turística	IPMA Instituto Português do Mar e da Atmosfera
AT Agroturismo	LNEG Laboratório Nacional de Energia e Geologia
BTL Bolsa de Turismo de Lisboa	MNU Mata Nacional do Urso
BTT Bicicleta Todo o Terreno	NUTS Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos
CAE Classificação Portuguesa das Atividades Económicas	OE Objetivo Estratégico
CCDR Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional	OMT Operador Marítimo Turístico
CETS Carta Europeia de Turismo Sustentável	OMT/UNWTO Organização Mundial do Turismo
CIMRL Comunidade Intermunicipal da Região de Leiria	ONU Organização das Nações Unidas
CIMU-Sicó Centro de Interpretação e Museu da Serra de Sicó	PDM Plano Diretor Municipal
CM Câmara Municipal	PEDU Plano Estratégico de Desenvolvimento Urbano
DGPC Direção-Geral do Património Cultural	PGF Plano de Gestão Florestal
DOP Denominação de Origem Protegida	PIB Produto Interno Bruto
EAT Empresa de Animação Turística	POC-OMG Programa de Orla Costeira Ovar – Marinha Grande
EE Eixo Estratégico	PR Percurso de Pequena Rota
EIDT Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial	PROF Plano Regional de Ordenamento Florestal
EN Estrada Nacional	PROT-C Plano Regional de Ordenamento do Território do Centro
ERTCP Entidade Regional de Turismo do Centro de Portugal	PROVERE Programa de Valorização Económica de Recursos Endógenos
ET27 Estratégia Turismo 2027	QL Quociente de Localização
ETIS Sistema Europeu de Indicadores do Turismo	RAC Rede das Aldeias do Calcário
EUA Estados Unidos da América	RJET Regime Jurídico dos Empreendimentos Turísticos
FEDER Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional	RNT Registo Nacional de Turismo
FEEI Fundos Europeus Estruturais e de Investimento	SIGTUR Sistema de Informação Geográfica do Turismo
FIT Feira Ibérica de Turismo	SPI Sociedade Portuguesa de Inovação
FPN Federação Portuguesa de Naturismo	SRH Sub-Região Homogénea
GPS Sistema de Posicionamento Global	TER Turismo no Espaço Rural
GR Percurso de Grande Rota	UE União Europeia
IC Itinerário Complementar	UF União de Freguesias
IIP Imóvel de Interesse Público	WTTC World Travel & Tourism Council

SUMÁRIO EXECUTIVO

Tendo por base os princípios e as linhas orientadoras dos principais documentos de referência no setor do turismo, o Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal constitui-se como um documento estratégico que visa potenciar o incremento da atratividade do concelho de Pombal enquanto destino turístico.

Deste modo, pretende-se que este documento, com um horizonte temporal de implementação de dez anos, se assuma como referência para todos os agentes locais e supralocais que integram a cadeia de valor do turismo, com vista à implementação e prossecução da estratégia definida.

De seguida apresenta-se uma síntese de cada um dos capítulos que constituem o Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal.

CAPÍTULO 1. INTRODUÇÃO

No capítulo 1 é apresentada uma breve descrição do âmbito e contexto em que se insere o Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal, com indicação do enquadramento geral do projeto, dos seus objetivos específicos e da metodologia utilizada para os alcançar, constituída por três fases e tarefas específicas:

Fase 1. Diagnóstico da situação atual do concelho de Pombal e da envolvente ao nível do Turismo	Tarefa 1.1. Consolidação da metodologia de trabalho
	Tarefa 1.2. Definição fina da estrutura do Plano de Desenvolvimento Turístico
	Tarefa 1.3. Caracterização do concelho de Pombal nas componentes relacionadas com o turismo
	Tarefa 1.4. Caracterização do enquadramento estratégico e da envolvente externa
	Tarefa 1.5. Realização de workshops temáticos com parceiros locais
	Tarefa 1.6. Análise da integração regional, concorrência e complementaridades
	Tarefa 1.7. Elaboração do relatório “Realidades atuais do Concelho de Pombal ao nível do turismo”
Fase 2. Elaboração e apresentação da versão preliminar do Plano de Desenvolvimento Turístico	Tarefa 2.1. Definição do conceito e da visão para o Concelho de Pombal ao nível do turismo
	Tarefa 2.2. Definição dos princípios orientadores e objetivos estratégicos
	Tarefa 2.3. Definição de metas e indicadores de desempenho
	Tarefa 2.4. Avaliação, seleção e hierarquização dos recursos turísticos prioritários
	Tarefa 2.5. Definição do Plano de Ação tendente à consolidação dos recursos / produtos
	Tarefa 2.6. Identificação do horizonte temporal, linhas de desenvolvimento e indicadores de desempenho
	Tarefa 2.7. Elaboração e apresentação da versão preliminar do Plano de Desenvolvimento Turístico

Fase 3. Elaboração e apresentação da versão final do Plano de Desenvolvimento Turístico	Tarefa 3.1. Definição de uma Estratégia de Marketing e Comunicação
	Tarefa 3.2. Identificação dos mercados e públicos-alvo
	Tarefa 3.3. Definição dos meios de comunicação e digitalização prioritários
	Tarefa 3.4. Definição dos atributos da Marca “Pombal”
	Tarefa 3.5. Definição da metodologia de monitorização e controlo
	Tarefa 3.6. Elaboração e apresentação da versão final do Plano de Desenvolvimento Turístico

CAPÍTULO 2. ENQUADRAMENTO ESTRATÉGICO E CARACTERIZAÇÃO DO CONTEXTO EXTERNO

No capítulo 2 são apresentados os principais documentos e referências que norteiam a atividade turística a nível internacional, nacional, regional e sub-regional, tendo em conta a sua relevância para o concelho de Pombal, assim como as principais tendências internacionais e nacionais no turismo.

Ao nível dos **organismos e referenciais estratégicos**, destacam-se:

Nível Internacional

Organização Mundial do Turismo (OMT/UNWTO)

Gera conhecimento acerca dos mercados, promove políticas e instrumentos do turismo competitivo e sustentável, fomenta o ensino e a formação no setor e trabalha com o propósito de fazer do turismo uma ferramenta eficaz para o desenvolvimento, com destaque para as seguintes prioridades/diretrizes:



- Integrar sistematicamente o turismo na agenda global.
- Melhorar a competitividade turística.
- Promover o desenvolvimento sustentável do turismo.
- Aumentar o contributo do turismo para a redução da pobreza e para o desenvolvimento.
- Fomentar o conhecimento, o ensino e a capacitação.
- Estabelecer parcerias.

Face ao contexto atual, destaca-se a disponibilização de informação e recomendações de resposta aos impactes que a pandemia apresenta ao turismo mundial através de uma área dedicada à COVID-19 no website deste organismo.

Nível Europeu

Comissão Europeia

Identifica temas chave para a valorização do setor do turismo, estando associado a cada um deles um conjunto de premissas e referenciais estratégicos: Turismo costeiro e marítimo; Turismo sustentável; Turismo cultural; Turismo acessível; Turismo na época baixa.



Carta Europeia de Turismo Sustentável (CETS)

Visa contribuir para o desenvolvimento sustentável da região, de modo a permitir responder às necessidades económicas, sociais e ambientais das gerações presentes sem comprometer as das gerações futuras. Inclui um conjunto de princípios que definem e reconhecem as melhores práticas no desenvolvimento e gestão do turismo sustentável na Europa.

Iniciativa “Destinos Europeus de Excelência”

Visa promover o turismo sustentável, melhorar a visibilidade de destinos turísticos emergentes e menos conhecidos na Europa e sensibilizar para a diversidade e qualidade do turismo na Europa.

Nível Nacional



Turismo de Portugal, I.P.

Entidade responsável pela promoção, valorização e sustentabilidade da atividade turística, com competências institucionais relativas à dinamização do turismo, desde a oferta à procura.

Estratégia Turismo 2027 (ET27)

Referencial estratégico para o desenvolvimento de setor do turismo em Portugal no horizonte 2027, estabelecendo cinco eixos estratégicos: Valorizar o território; Impulsionar a economia; Potenciar o conhecimento; Promover a criação de redes e a conectividade; Projetar Portugal nos mercados internacionais. Define um conjunto de ativos estratégicos.

Nível Regional

Entidade Regional de Turismo do Centro de Portugal (ERTCP)

Valorização e desenvolvimento das potencialidades turísticas da Região Centro e das suas sub-regiões (promoção interna e gestão integrada do destino).

Agência Regional de Promoção Turística (ARPT)

Responsável pela promoção deste território a nível internacional.

Plano Regional de Desenvolvimento Turístico – Turismo Centro de Portugal

Assenta em 5 *drivers* fundamentais, os quais se materializam em 8 Linhas Estratégicas de Ação, adaptadas ao novo contexto e realidade turística da Região, nomeadamente:



- 1. Valorização e capacitação dos recursos humanos;
- 2. Sustentabilidade, alterações climáticas, mobilidade, coesão e valorização territorial;
- 3. Estruturação e qualificação de produtos/posicionamento;
- 4. Desenvolvimento e qualificação da oferta/agentes turísticos;
- 5. Marketing digital e marketing relacional;
- 6. Internacionalização e dinamização comercial junto dos mercados externos;
- 7. Análise prospetiva, monitorização e inovação;
- 8. *Networks* de *stakeholders* e empreendedorismo.

Define 5 pilares estratégicos para o período 2020-2030 que sumarizam a oferta turística da Região:

- Cultura, História, Património e Gastronomia e Vinhos;
- Natureza, *Wellness*, Turismo Ativo e Desportivo e Mar;
- Turismo Espiritual e Religioso;
- Turismo *Corporate* e Empresarial;
- *Lifestyle*, *Inspirational* e novas tendências.

Nível Sub-Regional

Comunidade Intermunicipal da Região de Leiria (CIMRL)

Através da sua Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial (EIDT) estabelece o Turismo enquanto eixo de especialização inteligente e assume como objetivos específicos:



- Melhorar a promoção nacional e internacional;
- Intervir na rede de alojamentos no sentido da consolidação e qualidade da oferta;
- Valorizar e promover os produtos endógenos e a gastronomia regional;
- Incorporar produtos locais de qualidade;
- Valorizar a presença das indústrias de animação;
- Qualificar os serviços periféricos;
- Contrariar a sazonalidade;
- Promover a criação de redes sub-regionais;
- Criar uma marca única regional;
- Encorajar a integração do *design*;
- Apoiar a participação em eventos e missões no estrangeiro.

Nível Municipal

A nível municipal, a aposta no turismo revela-se não apenas ao nível de investimentos realizados, mas também pela crescente incorporação do setor em documentos estratégicos e de gestão territorial, destacando-se:



- **Plano Estratégico da Cidade de Pombal (1996)**, no qual se reconhece a existência de potenciais atrativos turísticos capazes de configurar a afirmação do concelho enquanto destino turístico, principalmente no domínio de atuação “Património e Cultura e o Ambiente, Lazer e Urbanismo”.
- **Agenda 21 Local de Pombal**, no qual o turismo é focado enquanto elemento essencial para a economia sustentável, sendo especialmente relevada a importância da aposta no turismo sustentável e no ecoturismo.
- **1.ª Revisão do Plano Diretor Municipal**, que nos seus objetivos estratégicos assume “valorizar de forma integrada os recursos naturais” e “assumir Pombal como um destino do turismo de natureza”. A incidência no turismo é dada através do vetor estratégico “Potenciar a competitividade e pulsação económica”, no qual surge como “elemento estruturante” e representa uma linha de orientação estratégica – “Turismo como elemento estruturante”.
- **PEDU - Plano Estratégico de Desenvolvimento Urbano da Cidade de Pombal**, no qual o turismo é encarado como uma alavanca para a regeneração e revitalização urbana.
- **Grandes Opções de Plano 2017-2020, 2018-2021 e 2019-2022**, que indicam diversos investimentos e medidas com relação e/ou impacto na atividade turística.

No que se refere às **tendências internacionais e nacionais**, destacam-se as tendências atuais do setor, do consumo e dos fluxos:

- **Tendências do setor**
 - Viajar para mudar: busca pelo autêntico, pelo genuíno, pela transformação pessoal;
 - Viajar para mostrar: momentos, experiências e destinos "*instagram*";
 - Procurar uma vida saudável: atividade física, desporto, aventura, saúde e bem-estar;
 - Viajar de forma económica: o turismo acessível a todos;
 - Viajar a solo ou em grupos multigeracionais: experiências adaptadas a novos públicos emergentes;
 - Viajar de forma ambientalmente sustentável;
 - Viagens mais curtas e personalizadas;
 - Viajante mais consciente;
 - Soluções fáceis e práticas para o viajante e ajuda inteligente;
 - Desejo de explorar territórios inexplorados;
 - Viagens que envolvam algum tipo de voluntariado;
 - Menos compras e mais experiências;
 - Preocupações de sustentabilidade ambiental.
- **Tendências de consumo**
 - Crescente procura por produtos mais sustentáveis;

- Experiências únicas, autênticas e irrepetíveis;
 - Novas formas de escolha e organização de viagens, baseadas nas tecnologias digitais;
 - Afirmção de novas formas de turismo: ecoturismo, natureza, saúde e bem-estar, negócios, religioso, LGBTI, entre outros;
 - Público mais crítico e informado quanto à oferta e ao que procura;
 - Importância das alterações climáticas, da economia circular e do impacto social do turista.
- **Tendências de fluxos**
- Europa como principal destino (França, Espanha e Itália) embora com Ásia e Pacífico em crescimento;
 - Afirmção crescente de Portugal enquanto destino turístico na região sul da Europa;
 - Emergência de novos destinos: Tailândia, Sri Lanka, Egito, Tunísia, Cabo Verde;
 - Preponderância do transporte aéreo;
 - Peso crescente dos turistas estrangeiros em Portugal (60%), principalmente europeus.

CAPÍTULO 3. CARACTERIZAÇÃO DO CONTEXTO E DOS RECURSOS TURÍSTICOS DE POMBAL

No capítulo 3 é apresentada uma breve caracterização do concelho de Pombal no que respeita ao seu contexto territorial, socioeconómico e turístico.

Ao nível do **contexto territorial** destacam-se os seguintes elementos:

- Localização estratégica na faixa litoral, entre Lisboa e Porto, e na Região Centro;
- Boas acessibilidades rodoviárias e ferroviárias no contexto norte/sul e litoral/interior;
- Pombal assume-se como centro urbano estruturante, com fortes relações de complementaridade com os centros urbanos regionais de Leiria, Coimbra e Figueira da Foz;
- Amenidade do clima e densidade da rede hidrográfica.
- Contexto biofísico diversificado e coexistência de diferentes sistemas de paisagem (serrano, mata, costeiro e húmido).

Relativamente ao **contexto socioeconómico** importa salientar:

- Contexto demográfico recessivo, com tendência de envelhecimento e perda populacional;
- Forte concentração populacional na cidade e freguesia de Pombal e perda populacional mais acentuada nas freguesias de cariz mais rural e de maior interioridade;
- Tecido económico dinâmico e heterogéneo;
- Expressão das atividades económicas ligadas ao turismo (alojamento e restauração) no contexto sub-regional, mas ainda pouco expressivas na balança económica do concelho.

Por último, o **contexto turístico** atual é caracterizado por:

- **Parcerias e projetos à escala local com impacto no turismo:** Associação de Desenvolvimento Terras de Sicó, Comunidade Intermunicipal da Região de Leiria, Associação Caminhos de Fátima, Rede de Castelos e Muralhas do Mondego, ARTEMREDE, Associação Cultural 7 Sóis 7 Luas;
- **Capacidade instalada:**
 - Total de 51 unidades de alojamento turístico, com capacidade para 873 hóspedes (8 empreendimentos turísticos, 147 quartos, e capacidade para 421 hóspedes e 43 estabelecimentos de AL, 205 quartos e capacidade para 452 hóspedes). Destaca-se a reduzida oferta hoteleira e a ausência de oferta de segmento superior a 3 estrelas; a polarização das unidades hoteleiras na cidade de Pombal; e uma maior dispersão das unidades de alojamento local pelo concelho;
 - Existência de 7 agentes de animação turística (2 estão registados como operadores marítimo turísticos e 5 como empresas de animação turística) e 16 agentes de viagens;
- **Recursos turísticos:**

		
<p>Património Natural</p>	<p>Património Cultural (Imaterial e Material)</p>	<p>Artesanato, Gastronomia e Produtos Locais</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Praias e Orla Costeira • Mata Nacional do Urso • Maciço Calcário de Sicó • Áreas Verdes e Parques de Lazer 	<ul style="list-style-type: none"> • Marquês de Pombal e outras figuras marcantes • Lendas e História • Património edificado classificado e outros edifícios de interesse (Castelo de Pombal, Convento do Louriçal) • Núcleos históricos e tradicionais 	<ul style="list-style-type: none"> • Diversidade e riqueza gastronómica • Doçaria tradicional • Produtos locais (queijo, azeite, mel, cabrito e borrego, tortulho) • Artesanato em Bracejo da Ilha
		
<p>Eventos e Festividades</p>	<p>Equipamentos e serviços turísticos</p>	<p>Rotas e Percursos</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Eventos Culturais, Tradicionais e Económicos (Festas do Bodo, Mercado Medieval, Festival Pombalino, Feira Nacional de Artesanato, Encontro de Literatura Infanto-Juvenil, entre outros) • Eventos Desportivos (<i>Trail Running</i>, Corrida do Bodo, Corrida dos Gambuzinos, Campeonatos Nacionais em Pista Coberta, provas BTT, entre outros) 	<ul style="list-style-type: none"> • Castelo, Museu (Marquês de Pombal e de Arte Popular Portuguesa, Etnográfico de Almagreira e Redinha, Museu de Arte Sacra, em Abiul e Núcleo Museológico João de Barros, em Vermoil) • Salas de Espetáculos, de eventos e de exposições (Expocentro, Teatro Cine, Auditório Municipal, Centro Cultural de Pombal, Casa da Cultura de Santiago de Litém) • Posto de Turismo, Estrada Atlântica, Explore Sicó, Panorâmico Aquaparque • Infraestruturas desportivas 	<ul style="list-style-type: none"> • Pedestrianismo, BTT, <i>Trail Running</i>, <i>Geocaching</i> • Rotas históricas e culturais • Grande Rota 26 – GR26 • Caminhos de Fátima

- **Atividade turística:** apesar de demonstrar uma evolução positiva ao longo dos anos, Pombal apresenta um panorama ainda frágil nos indicadores relacionados com a atividade turística, com baixas taxas de ocupação e de rentabilidade média dos alojamentos turísticos.

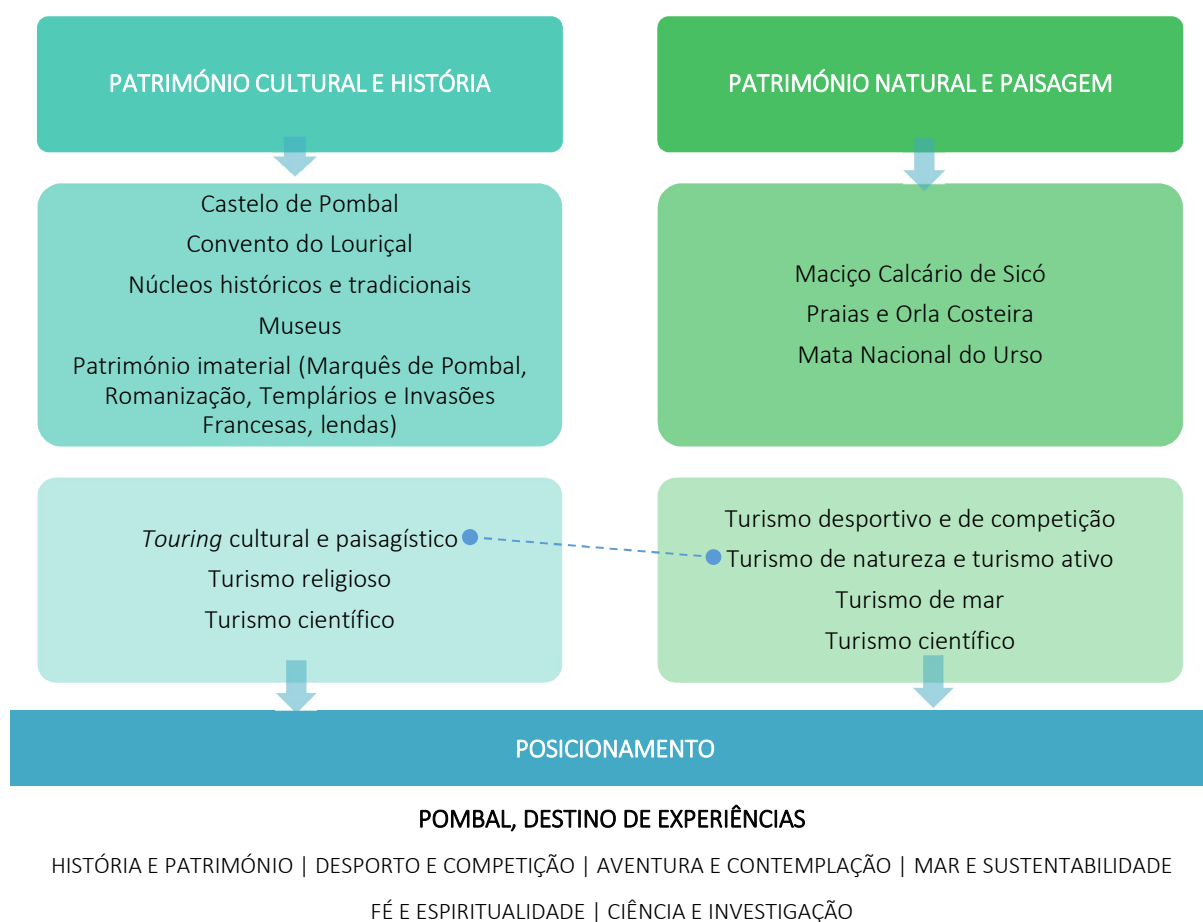
Dormidas e Hóspedes	44.804 dormidas (2018) +38% face a 2013 (8,7% da Região de Leiria)	78% de dormidas de hóspedes nacionais +36% face a 2013	68% em unidades hoteleiras 27% em unidades AL	Sazonalidade inferior à média nacional, regional e sub-regional
Proveniência	18% de hóspedes estrangeiros (5.473) (Valor inferior ao território envolvente)	88% dos hóspedes estrangeiros são Europeus	França: 36% Espanha: 24% Itália: 7% Brasil: 6%	Holandeses (2,5), Suíços (2,3), Britânicos (2,1) e Belgas (2,1) permanecem mais dias
Ocupação e Estada Média	33% Taxa de ocupação/cama +5p.p. face a 2014	Pouca afirmação do AL e TER	1,5 noites Inferior ao registado a nível nacional, regional e sub-regional	1,9 noites Hóspedes estrangeiros ficam mais tempo
Proveitos	1,5 M€ de proveitos totais (6% da Região de Leiria)	Hotéis assumem 70% dos proveitos	3.000€ Valor médio gerado por cama (< metade do valor nacional)	4.º concelho da Região de Leiria com proveitos mais elevados
Visitantes	Crescimento verificado após obras de requalificação do Castelo	Maioria de visitantes nacionais	Franceses, Espanhóis e Brasileiros são os principais visitantes estrangeiros	Castelo de Pombal como principal ponto de visitação

- **Comunicação externa e interna do destino:**
 - Escassa consistência na promoção e divulgação dos ativos turísticos nas plataformas virtuais especializadas geridas pelas entidades regionais de turismo;
 - Dispersão de informação sobre contexto turístico concelhio em múltiplas páginas, essencialmente institucionais, de cariz local e com um alcance reduzido, como é o caso da autarquia;
 - Aposta na comunicação interna do Município superior à verificada noutros territórios, incidindo na página oficial do Município, redes sociais, App e presença em feiras e eventos;
 - Comunicação mais eficaz para o mercado nacional, resultando num aumento de visitantes portugueses.

CAPÍTULO 4. POSICIONAMENTO E ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

No capítulo 4 apresenta-se o posicionamento atual e proposto para o concelho de Pombal em termos turísticos e a estratégia de desenvolvimento turístico para os próximos dez anos.

Com base no posicionamento atual, caracterizado por algumas fragilidades relativas à capacidade limitada de diferenciação face à concorrência e reduzida notoriedade do destino, foi definido um novo posicionamento alicerçado na valorização do património cultural e natural do concelho. Face a este contexto, o concelho de Pombal deverá posicionar-se como uma realidade agregadora das diversas dimensões que o compõem, pois essa conjugação de elementos naturais, patrimoniais, históricos e culturais são aqueles que lhe conferem uma identidade muito própria e uma característica verdadeiramente singular.



A **estratégia de desenvolvimento turístico** encontra-se assente em quatro níveis distintos: conceito e visão, eixos estratégicos, objetivos, indicadores e metas de sucesso.

O **conceito** definido para a estratégia de desenvolvimento turístico de Pombal é baseado na **diferenciação**. Tendo por base uma oferta turística diversificada, contudo baseada em elementos presentes em vários territórios (nomeadamente de proximidade), o desafio estratégico que se coloca à oferta turística no concelho de Pombal prende-se com a incorporação de fatores distintivos que contribuam para a sua diferenciação face à concorrência. Neste sentido, o **conceito de diferenciação** abrange toda a abordagem estratégica e dinamização do setor, desde o processo de definição e valorização dos fatores diferenciadores à sua permanente adaptação às tendências do setor e às necessidades da procura (público), de modo a manterem-se relevantes face aos destinos concorrentes.

Com base no conceito de diferenciação e de toda a dinâmica que lhe está subjacente, é definida a seguinte **visão** para um horizonte temporal a dez anos:

VISÃO 2030

Pombal deverá posicionar-se como um destino de excelência, alicerçado na natureza, história, cultura e tradição, capaz de potenciar uma oferta dinâmica e diferenciadora, adaptada a públicos que privilegiam a sustentabilidade, a autenticidade e a qualidade da experiência turística.

A visão preconizada e por consequência a estratégia de desenvolvimento turístico, é sustentada nos seguintes princípios orientadores que refletem os valores de suporte à diferenciação e atratividade do concelho de Pombal enquanto destino turístico: Sustentabilidade; Inovação; Conhecimento; Cooperação.

Os **eixos estratégicos**, plenamente relacionados e articulados, detalham a visão proposta para o concelho de Pombal no domínio do desenvolvimento turístico:

EIXOS ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS
EE1. Qualificação e consolidação dos produtos turísticos prioritários	→ OE1. Qualificar e valorizar os produtos turísticos prioritários, com maior potencial de atratividade e de diferenciação.
	→ OE2. Incorporar fatores distintivos na oferta com vista à criação de produtos turísticos inovadores, diferenciadores e autênticos.
	→ OE3. Adaptar os produtos turísticos prioritários à evolução das tendências do setor do turismo e às exigências/motivações por parte dos visitantes/turistas.
EE2. Reforço da competitividade dos serviços de apoio à atividade turística	→ OE4. Promover a capacitação e formação especializada dos profissionais do setor do turismo com vista ao desenvolvimento de novas competências ajustadas às tendências e evolução da procura.
	→ OE5. Fomentar a qualificação e inovação das empresas do setor turístico, introduzindo modernidade à cadeia de valor e o reforço do seu posicionamento competitivo.
EE3. Intensificação de redes de cooperação orientadas para o desenvolvimento turístico	→ OE6. Reforçar as ligações a entidades nacionais e internacionais ligadas à cadeia de valor do turismo, de modo a acompanhar as novas tendências e a antecipar as necessidades do mercado em matéria de requisitos da oferta.
	→ OE7. Incentivar a criação de parcerias na estruturação, qualificação e oferta de produtos/experiências turísticas através de <i>cross-selling</i> e da articulação em rede.

EE4. Reforço do reconhecimento e notoriedade do destino	→	OE8. Fomentar a participação ativa dos agentes públicos e privados na promoção e comunicação do destino numa lógica integrada e concertada.
	→	OE9. Divulgar e promover a visibilidade de Pombal, a nível nacional e internacional, enquanto destino turístico de excelência e diferenciador, aumentando o seu nível de reconhecimento e notoriedade.
	→	OE10. Direcionar a estratégia de promoção e comunicação do destino a segmentos de mercado com apetência para os produtos turísticos distintivos de Pombal.
	→	OE11. Reforçar a presença do destino e dos produtos turísticos nos canais <i>online</i> e <i>mobile</i> , sustentada na definição de uma estratégia de marketing digital.

Por último, são apresentados os indicadores de desempenho e respetivas metas a monitorizar ao longo da implementação do plano:

Indicador	Situação atual	Meta 2030	
1. Capacidade de alojamento nos estabelecimentos de alojamento turístico (N.º)	383 (2018)	+5%	402
2. Dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico (N.º)	44.804 (2018)	+20%	53.765
3. Estada média nos estabelecimentos de alojamento turístico (N.º)	1,5 (2018)	+10%	1,7
4. Taxa líquida de ocupação cama nos estabelecimentos de alojamento turístico (%)	32,7 (2018)	+15%	37,6
5. Proporção de hóspedes estrangeiros (%)	18,4 (2018)	+10%	20,2
6. Proveitos totais nos estabelecimentos de alojamento turístico (milhares €)	1.475 (2018)	+10%	1.623
7. Empresas ligadas ao setor do turismo (CAE I) (N.º)	391 (2018)	+5%	407
8. Volume de negócios das empresas ligadas ao setor do turismo (CAE I) (€)	40.069.601 (2018)	+10%	44.076.561
9. Pessoal ao serviço nas empresas ligadas ao setor do turismo (CAE I) (N.º)	1.010 (2018)	+5%	1.061
10. Classificação dos estabelecimentos de alojamento registados no Tripadvisor (entre 1 a 5)	4,4 (novembro 2019)	> 4	
11. Classificação dos estabelecimentos de alojamento registados no Booking (entre 1 a 10)	9 (novembro 2019)	> 9	
12. Classificação dos principais pontos de interesse do concelho registados no Tripadvisor (entre 1 a 5)	4 (novembro 2019)	> 4	
13. Nível de satisfação global dos visitantes/turistas	n.a.		Nível 6

n.a.- não aplicável

CAPÍTULO 5. PLANO DE AÇÃO: PRODUTOS TURÍSTICOS PRIORITÁRIOS E AÇÕES TRANSVERSAIS

No capítulo 5 são apresentados os produtos turísticos prioritários para o concelho de Pombal, definidos numa ótica de incremento da atratividade e visitação turística do território.

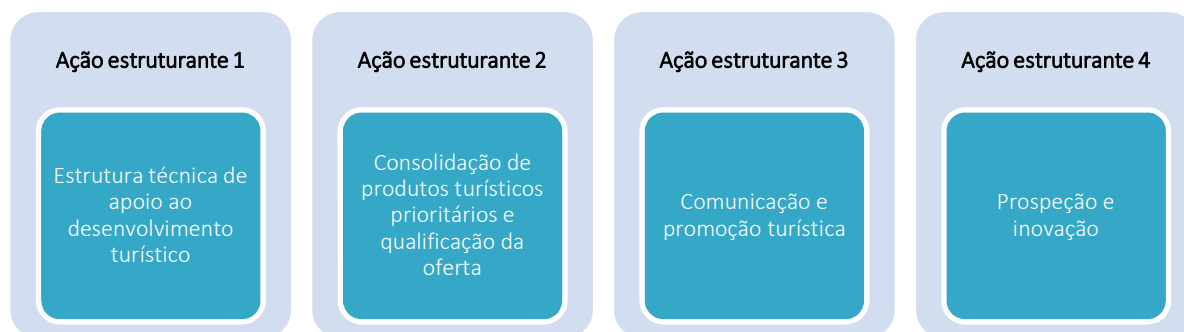
O processo de definição de cada um dos produtos turísticos prioritários teve em conta, fundamentalmente, os atrativos e elementos diferenciadores, as infraestruturas, as atividades e os serviços a serem oferecidos sob epígrafe de cada um deles mas, acima de tudo, as tendências atuais do setor, as motivações e a procura de experiências por parte dos visitantes/turistas.

Deste modo, foi identificado um conjunto de **produtos turísticos prioritários** que demonstram uma forte capacidade de diferenciação, concorrendo para a sustentabilidade, autenticidade e qualidade da atividade turística em Pombal.

- **História e património: castelos e núcleos tradicionais** - relacionado com o património histórico e cultural, elemento central na oferta turística de Pombal, este produto destina-se a um leque alargado de segmentos, permitindo um conjunto diversificado de experiências, numa lógica de conhecimento e visita dos vários atrativos relacionados com as vivências históricas, culturais e identitárias de Pombal;
- **Turismo desportivo e de competição: provas e estágios** - relacionado com o património natural, este produto é estratégico para a oferta turística de Pombal tendo em conta o crescimento exponencial de um importante segmento de mercado relacionado com os desportos *outdoor* e a existência de condições únicas para a prática de determinados desportos e competições, nomeadamente BTT, *trail running*, escalada, parapente e orientação;
- **Turismo ativo e de natureza: experiências *soft* e *hard*** - no âmbito do património natural, este produto encontra-se relacionado com a prática de atividades de lazer e desporto na natureza. As atividades a desenvolver dividem-se em experiências *soft*, ou seja, experiências ao ar livre de baixa intensidade como passeios pedestres, *cycling*, interpretação e usufruto da natureza, e experiências *hard*, relacionadas com a prática de desportos (BTT, *trail running*, escalada e parapente) numa lógica de experiência e não de competição.
- **Turismo de mar: naturismo e sustentabilidade** - ainda no domínio do património natural, este produto também é estratégico para a oferta turística de Pombal, atendendo à existência de praias com características adequadas para o naturismo e às tendências de afirmação de novas formas de turismo baseadas na sustentabilidade, saúde e bem-estar e em nichos de mercado.
- **Turismo religioso: Louriçal e Caminhos de Fátima** - relacionado com o património religioso que se destaca na vila de Louriçal e na integração do concelho na rota dos Caminhos de Fátima, este produto representa uma oportunidade ao nível da valorização e dinamização turística, numa lógica de promoção integrada e de oferta complementar relativamente ao mais importante atrativo religioso nacional, o Santuário de Fátima.
- **Turismo científico: espeleologia, geomorfologia, arqueologia e paleontologia** - relacionado com o património natural e cultural, com destaque para a paisagem cársica, as grutas e abrigos, as dolinas e os sítios arqueológicos, este produto representa uma oportunidade ao nível da valorização e dinamização turística, numa lógica de exploração e aquisição de conhecimento científico nestas áreas.

Para cada produto turístico são apresentados os objetivos, uma breve descrição, os segmentos-alvo, as motivações e tendências associadas, o enquadramento estratégico, as ações de consolidação e alguns exemplos inspiradores.

Por último, no que respeita à operacionalização da estratégia de desenvolvimento turístico, identificam-se as seguintes ações estruturantes com uma lógica sequencial de ativação:



Para cada ação estruturante é apresentado o alinhamento com os eixos da estratégia de desenvolvimento turístico, a descrição, as entidades envolvidas, a calendarização, a estimativa de investimento e os indicadores.

CAPÍTULO 6. PLANO DE MARKETING E COMUNICAÇÃO

No capítulo 6 é apresentado o Plano de Marketing e Comunicação que tem como principal propósito comunicar a proposta de valor associada à oferta turística de Pombal de uma forma integrada e com maior capacidade de promoção da sua notoriedade externa.

Deste modo, pretendendo reforçar o sentido de identidade territorial do concelho de Pombal, o Plano de Marketing e Comunicação define a estratégia a adotar ao nível do produto, mercados, segmentos e marca e identifica os principais canais de distribuição e instrumentos de comunicação.

Estratégia de produto

A estratégia de produto preconiza a estruturação e organização da sua oferta, tendo como foco os produtos turísticos prioritários do concelho de Pombal assim como o seu nível de desenvolvimento interno.

Produto turístico prioritário	Principais atrativos associados	Nível de desenvolvimento interno
<p>História e património: castelo e núcleos tradicionais</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Castelo de Pombal ▪ Núcleos históricos e tradicionais ▪ Museus ▪ Património imaterial (Marquês de Pombal, Romanização, Templários e Invasões Francesas, lendas) ▪ Eventos culturais ▪ Rotas e percursos pedestres 	<p style="text-align: center;"></p> <p>O concelho de Pombal possui um vasto património histórico e cultural (material e imaterial), destacando-se o castelo de Pombal como o monumento mais visitado do concelho e palco de eventos e iniciativas de cariz cultural.</p> <p>Tendo em vista a plena consolidação do produto turístico “História e património: castelo e núcleos tradicionais” são apresentadas no ponto 5.1.1. as ações para esse efeito.</p>
<p>Turismo desportivo e de competição: provas e estágios</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Maciço Calcário de Sicó ▪ Mata Nacional do Urso ▪ Pista coberta ▪ Eventos desportivos 	<p style="text-align: center;"></p> <p>O concelho de Pombal tem vindo a assumir uma importância crescente no contexto da organização de eventos desportivos de cariz oficial, sendo palco de provas e campeonatos do circuito regional, nacional e mesmo internacional de diversas modalidades.</p> <p>Tendo em vista a progressiva consolidação do produto turístico “Turismo desportivo e de competição” são apresentadas no ponto 5.1.2. as ações para esse efeito.</p>
<p>Turismo ativo e de natureza: experiências <i>soft</i> e <i>hard</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Maciço Calcário de Sicó ▪ Mata Nacional do Urso ▪ Rotas e percursos pedestres 	<p style="text-align: center;"></p> <p>O concelho de Pombal tem vindo a ser progressivamente reconhecido como um destino ideal para a prática de atividades de turismo ativo e de natureza, alicerçadas no seu extenso e valioso património natural.</p> <p>Tendo em vista a plena consolidação do produto turístico “Turismo ativo e de natureza: experiências <i>soft</i> e <i>hard</i>” são apresentadas no ponto 5.1.3. as ações para esse efeito.</p>
<p>Turismo de mar: naturismo e sustentabilidade</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Praias e Orla Costeira 	<p style="text-align: center;"></p> <p>Para além da riqueza e biodiversidade do património natural associado à orla costeira, a Praia do Osso da Baleia assume especial importância num contexto de atratividade turística no concelho de Pombal.</p> <p>Tendo em vista a plena consolidação do produto turístico “Turismo de mar: naturismo e sustentabilidade” são apresentadas no ponto 5.1.4. as ações para esse efeito.</p>
<p>Turismo religioso: Louriçal e</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Convento do Louriçal ▪ Caminhos de Fátima 	<p style="text-align: center;"></p>

<p>Caminhos de Fátima</p>	<ul style="list-style-type: none"> Eventos religiosos 	<p>No âmbito do turismo religioso destaca-se a tradição religiosa secular da vila do Louriçal, com capacidade de atrair um número significativo de visitantes ao longo do ano assim como a relação de complementaridade com Fátima, através da rota dos Caminhos de Fátima.</p> <p>Tendo em vista a plena consolidação do produto turístico “Turismo religioso: Louriçal e Caminhos de Fátima” são apresentadas no ponto 5.1.5. as ações para esse efeito.</p>
<p>Turismo científico: espeleologia, geomorfologia, arqueologia e paleontologia</p>	<ul style="list-style-type: none"> Património espeleológico, geomorfológico e arqueológico 	<p></p> <p>Pombal possui um valioso património histórico e natural com particular interesse a nível científico e formativo, principalmente ao nível arqueológico, espeleológico e geomorfológico.</p> <p>Tendo em vista a consolidação do produto turístico “Turismo científico: espeleologia, geomorfologia, arqueologia e paleontologia” são apresentadas no ponto 5.1.6. as ações para esse efeito.</p>

Estratégia de mercados

Na seleção dos mercados emissores de importância estratégica para o concelho de Pombal existe uma diferenciação entre mercados prioritários (prioridade de primeiro nível) e mercados a consolidar (prioridade de segundo nível). Deste modo, consideram-se como emissores estratégicos prioritários o mercado nacional, o mercado francês e o mercado espanhol, de acordo com a sua relevância em termos do número de dormidas registadas neste concelho. Num segundo nível de priorização, consideram-se os mercados alemão, britânico e canadiano, tendo em conta os valores relativos aos gastos turísticos e o Brasil por ser considerado um mercado em crescimento para a Região Centro.



Estratégia de segmentos

A segmentação consiste na repartição de grupos de consumidores com características homogéneas que reagem de forma análoga a um estímulo do marketing. Face a este enquadramento, são identificados os segmentos-alvo de acordo com o nível de atratividade e predisposição ao consumo dos produtos turísticos prioritários identificados para o concelho de Pombal.

		PRODUTOS TURÍSTICOS PRIORITÁRIOS 2020-2030					
		História e património: castelo e núcleos tradicionais	Turismo desportivo e de competição: provas e estágios	Turismo ativo e de natureza: experiências <i>soft e hard</i>	Turismo de mar: naturismo e sustentabilidade	Turismo religioso: Lourçal e Caminhos de Fátima	Turismo científico: espeleologia, geomorfologia, arqueologia e paleontologia
SEGMENTOS-ALVO	Individuais	○	●	◐	○	○	●
	Casais	●	○	◐	●	○	○
	Famílias com crianças	●	○	●	●	○	◐
	Grupos	●	●	●	◐	●	●
	Corporate	◐	○	◐	○	○	○
	Jovens	◐	○	●	◐	○	○
	Seniores	●	○	●	○	●	○

● Elevada

◐ Média

○ Reduzida

Estratégia de marca

De acordo com a estratégia de desenvolvimento turístico definida, a proposta de valor do turismo em Pombal representa a diversidade e a singularidade dos elementos culturais e naturais com forte potencial de atratividade turística e a sua capacidade de diferenciação face aos destinos concorrenciais. Neste contexto, identificam-se atributos gerais e específicos como elementos da proposta de valor e identidade da marca “Pombal”, cuja materialização vai ao encontro do posicionamento proposto:

Atributos gerais	QUALIDADE AUTENTICIDADE SUSTENTABILIDADE					
Atributos específicos	HERANÇA	COMPETIÇÃO	AVENTURA	EQUILÍBRIO	FÉ	CIÊNCIA
Produtos turísticos	História e património: castelo e núcleos tradicionais	Turismo desportivo e de competição: provas e estágios	Turismo ativo e de natureza: experiências <i>soft e hard</i>	Turismo de mar: naturismo e sustentabilidade	Turismo religioso: Lourçal e Caminhos de Fátima	Turismo científico: espeleologia, geomorfologia, arqueologia e paleontologia
Posicionamento	Experiências no património	Provas e estágios desportivos	Experiências <i>soft e hard</i> na natureza	Experiências sustentáveis na praia e no mar	Experiências de fé e espiritualidade	Experiências científicas <i>in loco</i>
	<p>MARCA "POMBAL" DESTINO DE EXPERIÊNCIAS HISTÓRIA E PATRIMÓNIO DESPORTO E COMPETIÇÃO AVENTURA E CONTEMPLAÇÃO MAR E SUSTENTABILIDADE FÉ E ESPIRITUALIDADE CIÊNCIA E INVESTIGAÇÃO</p>					

Distribuição e comunicação

A oferta turística do concelho de Pombal deverá estar disponível através de diferentes canais tradicionais e *online*, assim como através de canais especializados e associações/entidades específicas para os produtos que incluam nichos de mercado.

		PRODUTOS TURÍSTICOS PRIORITÁRIOS 2020-2030					
		História e património: castelo e núcleos tradicionais	Turismo desportivo e de competição: provas e estágios	Turismo ativo e de natureza: experiências <i>soft e hard</i>	Turismo de mar: naturismo e sustentabilidade	Turismo religioso: Lourçal e Caminhos de Fátima	Turismo científico: espeleologia, geomorfologia, arqueologia e paleontologia
CANALIS DE DISTRIBUIÇÃO	Canais tradicionais	●	●	●	●	●	●
	Canais <i>online</i>	●	●	●	●	●	●
	Canais especializados	●	●	●	●	●	●
	Associações culturais	●				●	
	Associações desportivas/recreativas/ONG		●	●	●		●
	Associações empresariais	●		●			
	Associações naturistas				●		
	Associações/instituições religiosas					●	
	Centros de investigação/universidades						●

A oferta turística do concelho de Pombal deverá ainda ter em conta as particularidades e o potencial de cada segmento-alvo:

		SEGMENTOS-ALVO						
		Individuais	Casais	Famílias com crianças	Grupos	<i>Corporate</i>	Jovens	Seniores
CANALIS DE DISTRIBUIÇÃO	Canais tradicionais	●	●	●	●	●	●	●
	Canais <i>online</i>	●	●	●	●	●	●	
	Canais especializados	●	●	●	●	●	●	●
	Associações culturais	●	●	●	●		●	●
	Associações desportivas/recreativas/ONG	●	●	●	●		●	●
	Associações empresariais					●		
	Associações naturistas	●	●	●	●		●	●
	Associações/instituições religiosas				●			●
	Centros de investigação/universidades	●			●			

Por último, a estratégia de comunicação proposta no âmbito do presente plano tem como objetivo a promoção e divulgação do concelho de Pombal enquanto destino turístico, nomeadamente dos seus produtos diferenciadores, junto dos principais operadores turísticos e diretamente ao consumidor final.

De acordo com a estratégia de marketing regional, os instrumentos de comunicação definidos encontram-se divididos nas seguintes categorias: materiais promocionais; marketing digital; campanhas promocionais; feiras e encontros com operadores; *fam trips*; *press trips*; publicidade; relações públicas.

A aplicação destes instrumentos de comunicação tem em vista:

- Aumentar a notoriedade e reconhecimento de Pombal enquanto destino turístico e dos seus produtos diferenciadores e autênticos.
- Captar novos visitantes/turistas através do estímulo ao interesse e desejo de visita.
- Disponibilizar toda a informação relevante ao visitante/turista.
- Promover e divulgar o destino através de mensagens-chave apelativas e inovadoras.

CAPÍTULO 7. MODELO DE GOVERNAÇÃO E MECANISMOS DE ACOMPANHAMENTO E MONITORIZAÇÃO

No capítulo 7 é apresentado o modelo de governação, sustentado nos seguintes níveis:

- **Coordenação:** a responsabilidade é assumida exclusivamente pelo Município, através do seu Executivo.
- **Operacionalização:** a responsabilidade é assumida através da estrutura técnica de apoio ao desenvolvimento turístico que trabalhará em parceria com a Plataforma Municipal de Turismo, ou seja, com as entidades estratégicas do concelho e de outros níveis administrativos, com papel de relevo para a atividade turística em Pombal.

Tendo em vista o devido acompanhamento na implementação do Plano de Desenvolvimento Turístico estão previstos os seguintes mecanismos:

- **Reuniões de coordenação:** reuniões de executivo que contam com a participação da equipa técnica de apoio ao desenvolvimento turístico e, sempre que necessário, com elementos da Plataforma Municipal de Turismo. As reuniões de coordenação têm como objetivo planear e garantir a execução das ações e avaliar metas de resultado alcançadas. Além de se verificar a execução das ações, pretende-se, nestas reuniões, discutir pontos críticos e encontrar respostas para eventuais necessidades de introdução de melhorias ou retificação da trajetória do Plano, com base no trabalho de prospeção e inovação efetuado no âmbito da ação estruturante 4.
- **Reuniões de operacionalização:** reuniões regulares da equipa técnica de apoio ao desenvolvimento turístico com a Plataforma Municipal de Turismo para a construção dos produtos turísticos e

consolidação da oferta turística de Pombal, definição de responsabilidades no âmbito do marketing e comunicação e monitorização de resultados. As reuniões de operacionalização têm como objetivo coordenar atuações, verificar o andamento da implementação das ações do Plano e aferir pontos críticos e necessidades de retificações de trajetória a reportar ao executivo municipal.

- **Relatórios anuais de monitorização:** os relatórios anuais de monitorização são elaborados pela equipa técnica de apoio ao desenvolvimento turístico, nomeadamente pela unidade de ativação interna, responsável pela monitorização, devendo conter toda a informação relevante sobre o processo de implementação do Plano, evolução dos indicadores definidos e os resultados obtidos.

Abril de 2020

Sociedade Portuguesa de Inovação, S.A.

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO	6
2. ENQUADRAMENTO ESTRATÉGICO E CARACTERIZAÇÃO DO CONTEXTO EXTERNO	10
2.1 Organismos e referenciais estratégicos.....	10
2.2 Tendências internacionais e nacionais no Turismo	21
3. CARACTERIZAÇÃO DO CONTEXTO E DOS RECURSOS TURÍSTICOS DE POMBAL	30
3.1 Contexto territorial	30
3.2 Contexto socioeconómico	36
3.3 Contexto turístico	42
3.4 Síntese	97
3.4.1 Análise SWOT	97
3.4.2 Fatores críticos de sucesso/desafios.....	99
4. POSICIONAMENTO E ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO	101
4.1 Posicionamento	101
4.1.1 Posicionamento atual	102
4.1.2 Posicionamento proposto	104
4.2 Estratégia de desenvolvimento turístico	107
4.2.1 Conceito e visão	107
4.2.2 Eixos estratégicos e objetivos	109
4.2.3 Indicadores e metas de sucesso.....	116
5. PLANO DE AÇÃO: PRODUTOS TURÍSTICOS PRIORITÁRIOS E AÇÕES TRANSVERSAIS	119
5.1 Produtos turísticos prioritários	119
5.1.1 História e património: castelo e núcleos tradicionais.....	125
5.1.2 Turismo desportivo e de competição: provas e estágios	132
5.1.3 Turismo ativo e de natureza: experiências <i>soft</i> e <i>hard</i>	137
5.1.4 Turismo de mar: naturismo e sustentabilidade	143
5.1.5 Turismo religioso: Louriçal e Caminhos de Fátima	148
5.1.6 Turismo científico: espeleologia, geomorfologia, arqueologia e paleontologia	153
5.2 Operacionalização da Estratégia de Desenvolvimento Turístico de Pombal: ações transversais	156
5.3 Síntese	169
5.3.1 Calendarização	169
5.3.2 Enquadramento orçamental e fontes de financiamento	170
6. PLANO DE MARKETING E COMUNICAÇÃO	173
6.1 Estratégia de produto	173
6.2 Estratégia de mercados	175
6.3 Estratégia de segmentos	178
6.4 Estratégia de marca	181
6.5 Distribuição e comunicação	183
7. MODELO DE GOVERNAÇÃO E MECANISMOS DE ACOMPANHAMENTO E MONITORIZAÇÃO	190
8. FONTES DE INFORMAÇÃO CONSULTADAS	194
8.1 Bibliografia	194
8.2 Legislação	195
8.3 Webgrafia.....	195
9. ANEXOS	199
9.1 Anexo 1. Visitas ao Castelo de Pombal, Museu Marquês de Pombal e Museu de Arte Popular Portuguesa, segundo a proveniência dos visitantes	199

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Objetivos específicos do projeto	6
Figura 2. Metodologia de trabalho	7
Figura 3. Categorias de regiões no âmbito da política de coesão da UE	15
Figura 4. Ativos estratégicos incluídos na Estratégia Turismo 2027	16
Figura 5. Drivers do Plano Regional de Desenvolvimento Turístico do Centro e Linhas Estratégicas de Ação	17
Figura 6. Pilares Estratégicos do Plano Regional de Desenvolvimento Turístico do Centro	17
Figura 7. Proposta de desenvolvimento para o concelho de Pombal: vetores estratégicos e linhas de orientação estratégica.....	19
Figura 8. Turismo internacional: número de chegadas e receitas geradas	22
Figura 9. Tendências e consequências/efeitos no setor do turismo	24
Figura 10. Tendências internacionais que impactam o Turismo.....	24
Figura 11. Principais tendências associadas a turistas e viajantes.....	25
Figura 12. Principais tendências de utilizadores de Booking.com	26
Figura 13. Principais mercados emissores em 2018.....	27
Figura 14. Enquadramento territorial do concelho de Pombal.....	30
Figura 15. Carta Hipsométrica do concelho de Pombal	32
Figura 16. Extrato da Carta Geológica no concelho de Pombal	33
Figura 17. Rede hidrográfica e bacias hidrográficas no concelho de Pombal	34
Figura 18. Sistemas de paisagem: serrano, mata, costeiro e húmido	35
Figura 19. População residente por freguesia do concelho de Pombal	38
Figura 20. Praia do Osso da Baleia.....	52
Figura 21. Mata Nacional do Urso	53
Figura 22. Maciço Calcário de Sicó	56
Figura 23. Exemplos de Áreas Verdes e Parques de Lazer	57
Figura 24. Imóveis de Interesse Público	60
Figura 25. Marquês de Pombal	63
Figura 26. Recriação histórica da Batalha da Redinha	64
Figura 27. Localização dos núcleos históricos e tradicionais.....	65
Figura 28. Artesanato em Bracejo da Ilha	67
Figura 29. Gastronomia e produtos regionais.....	68
Figura 30. Calendário de Eventos Desportos e de Eventos Culturais e Festividades.....	70
Figura 31. Eventos e Festividades no concelho de Pombal.....	75
Figura 32. Eventos de cariz económico	75
Figura 33. Salas de espetáculos, de eventos e exposições.....	79
Figura 34. Evolução da taxa líquida de ocupação-cama (%) nos estabelecimentos de alojamento turístico no concelho de Pombal.....	83
Figura 35. Proveitos totais e de aposento (milhares €) nos estabelecimentos de alojamento turístico, 2018	85
Figura 36. Quocientes de localização de hóspedes nos estabelecimentos de alojamento turístico, segundo o país de residência, 2016.....	86
Figura 37. Dormidas e hóspedes (n.º) nos estabelecimentos de alojamento turístico no concelho de Pombal, por continente de proveniência, em 2018.....	87
Figura 38. Visitantes (n.º) registados no Castelo de Pombal, por proveniência, entre 2014 (abril) e 2018.....	89
Figura 39. Visitantes (n.º) registados no Museu Marquês de Pombal, por proveniência, entre 2007 e 2018	89
Figura 40. Visitantes (n.º) registados no Museu de Arte Popular Portuguesa, por proveniência, entre 2007 e 2018.....	90
Figura 41. Guia turístico “Região de Leiria” e Road Trips “Região de Leiria”	92
Figura 42. Portal Centro de Portugal - ARPT	93
Figura 43. Presença na BTL – CIMRL (2017)	94
Figura 44. Portal do Município de Pombal – separador “Visitar”	95
Figura 45. Redes sociais com impacto na promoção turística do território (dados referentes a dezembro 2019).....	95
Figura 46. Presença do Município de Pombal na FIT	96
Figura 47. Critérios para a definição de um posicionamento, segundo Kotler (1994)	101
Figura 48. Posicionamento atual do concelho de Pombal face à envolvente	102
Figura 49. Posicionamento proposto.....	106
Figura 50. Níveis de definição estratégica.....	107
Figura 51. Processo de diferenciação da oferta turística de Pombal.....	108
Figura 52. Princípios orientadores da estratégia de desenvolvimento turístico.....	108
Figura 53. Eixos estratégicos	109
Figura 54. Esquema orientador para a qualificação da oferta turística/destino.....	111
Figura 55. Produtos turísticos prioritários.....	121

Figura 56. Praça Marquês de Pombal e Castelo de Pombal.....	126
Figura 57. Mercado Medieval de Pombal; Recriação de Invasões Francesas na Redinha.....	126
Figura 58. Provas de atletismo na Pista Coberta instalada em Pombal.....	132
Figura 59. Trilhos na Mata Nacional do Urso e Serra de Sicó.....	133
Figura 60. Atividades e infraestruturas de apoio ao turismo ativo e de natureza em Pombal	138
Figura 61. Praia do Osso da Baleia.....	144
Figura 62. Naturismo, Desporto e Sustentabilidade.....	144
Figura 63. Igreja do Convento do Louriçal; Convento do Louriçal; Peregrinos no Caminho de Fátima	149
Figura 64. Escavações arqueológicas em Pombal; Serra de Sicó e Canhão do Vale dos Poios	154
Figura 65. Níveis de operacionalização da Estratégia de Desenvolvimento Turístico de Pombal	156
Figura 66. Alinhamento dos projetos com os eixos estratégicos.....	156
Figura 67. Estrutura do Plano de Marketing e Comunicação.....	173
Figura 68. Mercados estratégicos para o concelho de Pombal	178
Figura 69. Posicionamento da marca	182
Figura 70. Elementos genéricos a incluir nas mensagens-chave de comunicação do destino	188
Figura 71. Modelo de governação do Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal	190

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1. Principais indicadores demográficos	37
Tabela 2. Principais indicadores das empresas, 2018.....	39
Tabela 3. Número de empresas, volume de negócios e pessoal ao serviço, por atividade económica (Divisão - CAE Rev. 3), no concelho de Pombal, 2018.....	40
Tabela 4. Número de empresas, volume de negócios e pessoal ao serviço do CAE I “alojamento, restauração e similares” nos municípios da Região de Leiria, 2018	41
Tabela 5. Projetos/ações implementados e perspetivados.....	44
Tabela 6. Empreendimentos turísticos no concelho de Pombal, 2019	46
Tabela 7. Estabelecimentos de Alojamento Local no concelho de Pombal, 2019	48
Tabela 8. Capacidade de alojamento (n.º) e quartos (n.º) nos empreendimentos turísticos e estabelecimentos de alojamento local presentes em Pombal, 2019.....	48
Tabela 9. Agentes de animação turística em Pombal, 2019	49
Tabela 10. Agentes de viagens e turismo em Pombal, 2019.....	50
Tabela 11. Características associadas à atividade de espeleologia.....	56
Tabela 12. Património classificado no concelho de Pombal	58
Tabela 13. Hóspedes e dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico no concelho de Pombal.....	82
Tabela 14. Hóspedes e dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico (n.º), por tipologia de alojamento	82
Tabela 15. Estada média nos estabelecimentos de alojamento turístico (n.º), por tipologia de alojamento.....	83
Tabela 16. Taxa líquida de ocupação-cama (%) por tipo de alojamento turístico no concelho de Pombal	84
Tabela 17. Proveitos totais (milhares €) nos estabelecimentos de alojamento turístico, por tipologia de alojamento	84
Tabela 18. Proveitos de aposento (milhares €) nos estabelecimentos de alojamento turístico, por tipologia	85
Tabela 19. Dormidas e hóspedes estrangeiros nos estabelecimentos de alojamento turístico no concelho de Pombal, por nacionalidade, em 2018	87
Tabela 20. Visitantes de museus (n.º), por proveniência e taxa de variação 2012-2018.....	88
Tabela 21. Visitantes (n.º) registados no Castelo de Pombal, Museu Marquês de Pombal e Museu de Arte Popular Portuguesa	90
Tabela 22. Eixos estratégicos e objetivos associados	115
Tabela 23. Indicadores e metas de sucesso	116
Tabela 25. Calendarização das ações estruturantes do Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal.....	169
Tabela 26. Estimativa orçamental e fontes de financiamento das ações estruturantes do Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal	171
Tabela 27. Estratégia de produto: produtos turísticos prioritários.....	174
Tabela 28. Dormidas na Região Centro (%) por mercado emissor, em 2017 (Top 10).....	176
Tabela 29. Dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico no concelho de Pombal, por nacionalidade, em 2018 (Top 10)	176
Tabela 30. Dados turísticos de caracterização dos mercados.....	177
Tabela 31. Definição de segmentos-alvo.....	179
Tabela 32. Matriz de relação entre os segmentos-alvo e os produtos turísticos prioritários de Pombal	180
Tabela 33. Atributos gerais e específicos da marca “Pombal”	181
Tabela 34. Matriz de relação entre os canais de distribuição e os produtos turísticos prioritários de Pombal.....	184
Tabela 35. Matriz de relação entre os canais de distribuição e os segmentos-alvo	185
Tabela 36. Instrumentos de comunicação	186
Tabela 37. Mecanismos de acompanhamento e monitorização da implementação do Plano	192

1. INTRODUÇÃO



1. INTRODUÇÃO

O turismo corresponde a um setor estratégico para o desenvolvimento local, quer do ponto de vista económico, pela criação de riqueza, quer do ponto de vista social, pela valorização das comunidades e dos recursos endógenos do território.

Consciente da complexidade inerente à temática do turismo, o Município de Pombal considera pertinente abordá-la de uma forma integrada e estruturada, apoiando-se num exercício de planeamento, que defina objetivos e iniciativas concretas a implementar no concelho. Deste modo, a elaboração do Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal está assente nos seguintes objetivos específicos:

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
	1. Caracterização do enquadramento estratégico e da envolvente externa
	2. Caracterização do concelho de Pombal nas componentes relacionadas com o turismo
	3. Mobilização de agentes locais - <i>workshops</i> temáticos com parceiros locais
	4. Análise da integração regional, concorrência e complementaridades
	5. Definição do conceito e da visão para o concelho de Pombal ao nível do turismo
	6. Definição dos princípios orientadores e objetivos estratégicos
	7. Definição de metas e indicadores de desempenho
	8. Avaliação, seleção e hierarquização dos recursos turísticos prioritários
	9. Definição do Plano de Ação tendente à consolidação dos recursos/produtos
	10. Identificação do horizonte temporal, linhas de desenvolvimento e indicadores de desempenho
	11. Definição de uma Estratégia de Marketing e Comunicação
	12. Identificação dos mercados e públicos-alvo
	13. Definição dos meios de comunicação e digitalização prioritários
	14. Definição dos atributos da Marca "Pombal"
	15. Definição da metodologia de monitorização e controlo

Figura 1. Objetivos específicos do projeto

Com este enquadramento, o trabalho desenvolveu-se através de três fases distintas (Figura 2), com tarefas específicas, que culminaram no Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal (presente documento).

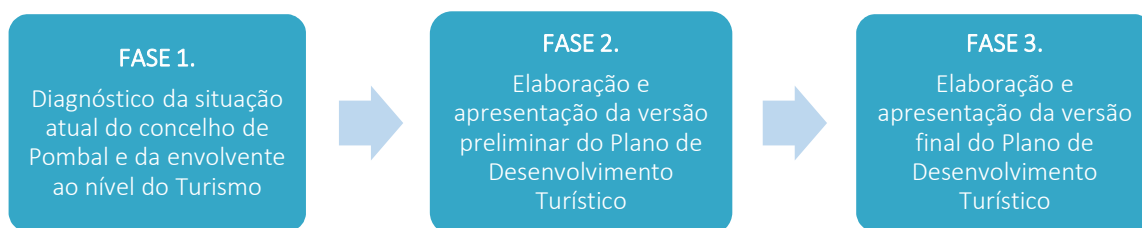


Figura 2. Metodologia de trabalho

A abordagem metodológica envolveu, numa primeira fase, a caracterização do concelho de Pombal nas componentes relacionadas com o turismo, tendo em consideração a informação disponibilizada pelo Município de Pombal e a análise dos dados mais recentes do setor, disponíveis no Instituto Nacional de Estatística (INE) e no Sistema de Informação Geográfica do Turismo (SIGTUR), assim como a caracterização do enquadramento estratégico e da envolvente externa por forma a identificar potenciais sinergias e oportunidades de dinamização cruzada. Ainda nesta fase foram efetuadas visitas ao território e realizados dois *workshops* temáticos com os parceiros locais com o objetivo mobilizar e envolver os atores-chave do território na identificação das principais características e elementos distintivos assim como os principais desafios e prioridades estratégicas para o desenvolvimento turístico do concelho. Esta fase foi concluída com a entrega do relatório “Realidades atuais do concelho de Pombal ao nível do turismo”.

Tendo por base o trabalho desenvolvido, a segunda fase envolveu a elaboração da estratégia de desenvolvimento turístico, assente na definição do conceito, visão, eixos e objetivos estratégicos. Paralelamente, esta fase incluiu a avaliação e seleção dos recursos/produtos turísticos tidos como prioritários para o território e a identificação das ações necessárias à sua consolidação e à operacionalização da estratégia. Esta fase foi concluída com a entrega da versão preliminar do Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal.

Por último, foi desenvolvido o Plano de Marketing e Comunicação, que integra a versão final do Plano, com o objetivo de comunicar a proposta de valor associada à oferta turística de Pombal, e definido o modelo de governação e os mecanismos de acompanhamento e monitorização.

O Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal estrutura-se nos seguintes sete capítulos que apresentam o contexto atual em termos turísticos e as opções estratégicas para um período de dez anos:

- **Capítulo 1. Introdução¹**

Este capítulo apresenta uma breve descrição do âmbito e contexto em que se insere o Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal, com indicação do enquadramento geral do projeto, dos seus objetivos específicos e da metodologia utilizada para os alcançar.

¹ Corresponde ao presente capítulo.

- **Capítulo 2. Enquadramento estratégico e caracterização do contexto externo**

Este capítulo apresenta os principais documentos e referências que norteiam a atividade turística a nível internacional, nacional, regional e sub-regional, tendo em conta a sua relevância para o concelho de Pombal, assim como as principais tendências internacionais e nacionais no turismo.

- **Capítulo 3. Caracterização do contexto e dos recursos turísticos de Pombal**

Este capítulo apresenta uma breve caracterização do concelho de Pombal no que concerne à sua realidade territorial e socioeconómica e ao seu contexto turístico atual, em termos de capacidade instalada, recursos, atividade turística e comunicação.

- **Capítulo 4. Posicionamento e Estratégia de Desenvolvimento Turístico**

Este capítulo apresenta o posicionamento atual e proposto para o concelho de Pombal em termos turísticos e estabelece a sua estratégia, assente na definição do conceito e da visão assim como dos eixos estratégicos e dos objetivos a atingir. Tendo por base os objetivos estabelecidos, é apresentado um conjunto de indicadores de desempenho com vista à aferição do grau de concretização da estratégia definida.

- **Capítulo 5. Plano de ação: produtos turísticos prioritários e ações transversais**

Este capítulo apresenta a avaliação e seleção dos recursos/produtos turísticos tidos como prioritários para o território. Para cada produto turístico prioritário é apresentada uma caracterização pormenorizada contendo, entre outros elementos, uma descrição detalhada e o conjunto de ações necessárias à sua consolidação. Por último, é apresentado um conjunto de ações transversais que visam a operacionalização da estratégia de desenvolvimento turístico de Pombal.

- **Capítulo 6. Plano de Marketing e Comunicação**

Este capítulo apresenta o Plano de Marketing e Comunicação que define a estratégia a adotar ao nível do produto, mercados, segmentos e marca e identifica os principais canais de distribuição e instrumentos de comunicação a privilegiar no âmbito da estratégia de desenvolvimento turístico de Pombal.

- **Capítulo 7. Modelo de governação e mecanismos de acompanhamento e monitorização**

Este capítulo apresenta a estrutura de governação proposta para a implementação do Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal, no sentido de ser possível a aferição regular do nível de concretização das ações e do seu impacto no incremento da atratividade e visitação turística do território.

2. ENQUADRAMENTO ESTRATÉGICO E CARACTERIZAÇÃO DO CONTEXTO EXTERNO



2. ENQUADRAMENTO ESTRATÉGICO E CARACTERIZAÇÃO DO CONTEXTO EXTERNO

2.1 Organismos e referenciais estratégicos



ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO

A **nível internacional**, a **Organização Mundial do Turismo (OMT/UNWTO)** gera conhecimento acerca dos mercados, promove políticas e instrumentos do turismo competitivo e sustentável, fomenta o ensino e a formação no setor e trabalha com o propósito de fazer do turismo uma ferramenta eficaz para o desenvolvimento, com destaque para as seguintes prioridades/diretrizes:

- **Integrar sistematicamente o turismo na agenda global:** pretende-se defender o turismo como alavanca de crescimento socioeconómico e de desenvolvimento e a sua inclusão como prioridade nas políticas nacionais e internacionais.
- **Melhorar a competitividade turística:** pretende-se melhorar a competitividade turística dos membros da OMT/UNWTO mediante a criação e o intercâmbio de conhecimento, o desenvolvimento dos recursos humanos e a promoção da excelência em áreas como o planeamento turístico, as estatísticas e as tendências de mercado, o desenvolvimento sustentável do turismo, o marketing e a promoção turística, o desenvolvimento de produtos e a gestão de riscos e crises.

- **Promover o desenvolvimento sustentável do turismo:** pretende-se apoiar políticas e práticas de turismo sustentável, nomeadamente políticas que promovam a preservação dos recursos ambientais, que respeitem a autenticidade sociocultural das comunidades recetoras e que proporcionem benefícios económicos para todos.
- **Aumentar o contributo do turismo para a redução da pobreza e para o desenvolvimento:** pretende-se contribuir para a redução da pobreza através da inclusão do turismo na agenda de desenvolvimento.
- **Fomentar o conhecimento, o ensino e a capacitação:** pretende-se apoiar os países a avaliar e a satisfazer as suas necessidades em matéria de ensino e formação assim como proporcionar o estabelecimento de redes que facilitem a criação e o intercâmbio de conhecimento.
- **Estabelecer parcerias:** nomeadamente com o setor privado, organizações regionais e locais de turismo, instituições de investigação e a sociedade civil com vista a um setor turístico mais sustentável, responsável e competitivo.

Como principais referenciais estratégicos destaca-se o relatório da OMT/UNWTO, o [Tourism Towards 2030](#) (2011), que apresenta as previsões para o turismo até 2030, através da identificação de tendências atuais e futuras e dos seus impactos para o desenvolvimento do turismo e o [International Tourism Highlights](#) que apresenta a visão geral do turismo internacional com base nos resultados de 2018 (conforme se detalha no subcapítulo 2.2.).

Mais recentemente, a OMT/UNWTO elaborou um conjunto de **recomendações para apoiar os setores público e privado a ultrapassar a situação pandémica atual relacionada com o COVID-19**². Reconhecendo as diversas realidades de cada país, bem como a natureza evolutiva desta crise, o documento³ estará em permanente atualização. Este reúne 23 recomendações, divididas em três áreas principais:

- **Gestão da crise e mitigação do impacto:** As principais recomendações estão relacionadas com a manutenção de empregos, apoio a trabalhadores independentes, garantia de liquidez, desenvolvimento de competências e revisão/gestão de impostos, taxas e regulamentos relacionados com viagens e turismo. Estas recomendações ocorrem quando parece inevitável uma recessão económica global. Dada a sua natureza intensiva em mão-de-obra, o turismo será duramente atingido, com milhões de empregos em risco, especialmente aqueles ocupados por mulheres e jovens, bem como por grupos marginalizados.
- **Acelerando a recuperação:** Este conjunto de recomendações enfatiza a importância do apoio financeiro, incluindo políticas fiscais favoráveis, levantando as restrições a viagens assim que a emergência o permitir, aumentando a confiança do consumidor, a fim de acelerar a recuperação do setor. As recomendações também referem a necessidade de se colocar o turismo no centro das políticas nacionais.

² <https://unwto.org/news/unwto-launches-a-call-for-action-for-tourisms-covid-19-mitigation-and-recovery> (acedido em abril de 2020).

³ [Supporting Jobs and Economies through Travel & Tourism: A Call for Action to Mitigate the Socio-Economic Impact of COVID-19 and Accelerate Recovery](#) (acedido em abril de 2020).

- **Preparando-se para o amanhã:** enfatizando o papel do turismo para o desenvolvimento local e nacional, as recomendações exigem a sua maior contribuição para a Agenda de Desenvolvimento Sustentável e o fomento da resiliência resultante da experiência adquirida nesta situação de pandemia. As recomendações da OMT/UNWTO alertam também para a oportunidade de se fazer a transição para a economia circular.

Complementarmente, a OMT/UNWTO dispõe no seu website de uma [área dedicada à COVID-19](#), onde se encontram agregadas informações e recomendações de resposta aos impactes que a pandemia apresenta ao turismo mundial⁴.

COMISSÃO EUROPEIA

A nível europeu, conforme expresso pela [Comissão Europeia](#), identificam-se temas chave para a valorização do setor do turismo, estando associado a cada um deles um conjunto de premissas e referenciais estratégicos que importa ter em consideração. Destacam-se os seguintes:

- **Turismo costeiro e marítimo:**

Neste domínio destaca-se o documento [“Uma estratégia europeia em prol do crescimento e do emprego no setor do turismo costeiro e marítimo”](#) que apresenta um novo modelo para melhorar o turismo costeiro e marítimo na Europa e desbloquear o potencial deste setor promissor. Com base neste documento, é proposta uma estratégia para reforçar a sustentabilidade e a competitividade do setor, que será posta em prática pela Comissão, pelos Estados-Membros, pelas autoridades regionais e locais, pelos operadores privados e por outras partes interessadas, com base nas seguintes diretrizes:

- Estimular o desempenho e a competitividade;
- Promover as competências e a inovação;
- Reforçar a sustentabilidade;
- Maximizar os fundos disponíveis da UE.

Para cada uma das diretrizes são apresentadas 14 ações da responsabilidade da Comissão Europeia assim como um conjunto de recomendações e medidas que devem ser postas em prática por parte dos Estados-Membros, autoridades regionais e locais, operadores privados e outras partes interessadas. Na [página da Comissão Europeia](#) é possível consultar informação sobre a estratégia assim como eventos que têm sido realizados neste contexto.

- **Turismo sustentável:**

Neste domínio destaca-se o documento [“Agenda para um Turismo Europeu Sustentável e Competitivo”](#) no âmbito da qual todas as partes interessadas deverão adotar medidas necessárias para reforçar o

⁴ Para além da OMT/UNWTO, o *World Travel & Tourism Council* disponibiliza no seu *website* uma área dedicada à COVID-19, que apresenta informação agregada em três núcleos: membros do WTTC, Governos e Viajantes, assim como os *press releases* relacionados com este tema: <https://wttc.org/en-gb/COVID-19> (acedido em abril de 2020).

contributo das práticas sustentáveis e favorecer a competitividade da Europa como destino turístico mais atrativo do mundo. Destacam-se como principais desafios do turismo sustentável: a conservação sustentável e a gestão dos recursos naturais e culturais; a redução do nível de utilização dos recursos e da poluição nos destinos turísticos, incluindo a produção de resíduos; a gestão das alterações verificadas em termos de necessidades e de bem-estar das comunidades; a diminuição do carácter sazonal da procura; ter em conta o impacto ambiental dos transportes ligados ao turismo; o alargamento do turismo a todos sem discriminação; e a melhoria da qualidade do emprego no setor do turismo. A necessidade de assegurar a segurança, tanto dos turistas, como das comunidades locais onde os serviços de turismo são oferecidos, constitui simultaneamente um desafio e uma condição indispensável para o sucesso do desenvolvimento turístico. Na [página da Comissão Europeia](#) é possível consultar as ações desenvolvidas na área do turismo sustentável, nomeadamente produtos turísticos transnacionais sustentáveis; o sistema europeu de indicadores do turismo (ETIS); e o *EU Ecolabel* e o *EMAS* enquanto ferramentas com vista à melhoria do desempenho ambiental de empresas ou outras entidades.

▪ **Turismo cultural:**

A União Europeia reconhece a importância da cultura como parte da experiência turística europeia devido ao seu incomparável património cultural, nomeadamente museus, teatros, sítios arqueológicos, centros históricos, indústrias, música e gastronomia. Na [página da Comissão Europeia](#) é possível consultar as ações desenvolvidas na área do turismo cultural, nomeadamente rotas culturais europeias, financiamento de projetos de turismo cultural e o evento anual “*Crossroads of Europe*” entre outros eventos promovidos neste domínio.

▪ **Turismo acessível:**

O turismo acessível tem como objetivo contribuir para que todos possam desfrutar de experiências turísticas. A União Europeia apoia projetos relacionados com a conceção, implementação e comercialização de itinerários turísticos acessíveis, com vista a aumentar as oportunidades de viagem para pessoas com necessidades especiais, promover a inclusão social e melhorar as competências dos profissionais do setor. Na [página da Comissão Europeia](#) é possível consultar mais informação sobre o turismo acessível, nomeadamente avisos de abertura de candidaturas, estudos, prémios e eventos.

▪ **Turismo na época baixa:**

A promoção do turismo durante a época baixa tem impacto ao nível do crescimento económico e emprego na Europa. Deste modo, a Comissão Europeia identifica os idosos e os jovens como grupos que podem facilmente viajar durante a época baixa. Na [página da Comissão Europeia](#) é possível consultar mais informação sobre as ações que têm sido desenvolvidas e os projetos apoiados neste domínio.

Destaca-se, no contexto da aposta na sustentabilidade no setor do turismo, a iniciativa “[Destinos Europeus de Excelência](#)” (“*European Destinations of Excellence*”) que visa promover o turismo sustentável, melhorar a visibilidade de destinos turísticos emergentes e menos conhecidos na Europa e sensibilizar para a diversidade e qualidade do turismo na Europa. Esta iniciativa baseia-se em concursos regulares para selecionar um “destino de

excelência” com base nos princípios de sustentabilidade social, cultural e ambiental. Cada concurso é baseado num tema específico, como por exemplo, turismo rural, turismo aquático ou turismo acessível.

Ainda no que respeita aos principais referenciais estratégicos a nível europeu, e reforçando a aposta nas metas de sustentabilidade do setor, destaca-se a **Carta Europeia de Turismo Sustentável** (CETS)⁵, promovida pela [Federação EUROPARC](#), que tem como objetivo contribuir para o desenvolvimento sustentável da região, de modo a permitir responder às necessidades económicas, sociais e ambientais das gerações presentes sem comprometer as das gerações futuras.

O principal elemento da CETS é trabalhar em colaboração com todas as partes interessadas/*stakeholders* com vista ao desenvolvimento de uma estratégia comum de turismo sustentável e de um plano de ação. A metodologia inclui um conjunto de cinco princípios que definem e reconhecem as melhores práticas no desenvolvimento e gestão do turismo sustentável na Europa:

- Dar prioridade à proteção, nomeadamente ao nível do património natural e cultural da área protegida/classificada.
- Contribuir para o desenvolvimento sustentável, abordando todos os aspetos do seu impacto ambiental, social e económico, a curto e a longo prazo.
- Envolver todos os *stakeholders*, incentivando o trabalho em parceria.
- Planear o turismo sustentável de forma eficaz, através da elaboração de um plano bem estruturado onde são estabelecidos objetivos e ações.
- Promover a melhoria contínua, nomeadamente ao nível de impactos ambientais sustentáveis, satisfação dos visitantes, desempenho económico, desenvolvimento local e melhoria da qualidade de vida dos residentes, através de uma monitorização regular.

O Manual “[Good for Parks, Good for People](#)” apresenta as principais vantagens, condições e diretrizes da Carta Europeia de Turismo Sustentável, com destaque para os seguintes elementos: visão, missão, princípios e componentes da Carta Europeia de Turismo Sustentável nas Áreas Protegidas; temas e ações-chave da Carta Europeia de Turismo Sustentável nas Áreas Protegidas; destinos sustentáveis; parceiros e operadores turísticos nos domínios abrangidos pela Carta; termos e condições da Carta Europeia de Turismo Sustentável nas Áreas Protegidas.

No contexto europeu, importa realçar o papel dos fundos estruturais para apoio ao Turismo⁶, destinados à promoção da competitividade e internacionalização do setor, tendo no Turismo de Portugal um dos organismos intermédios do Portugal 2020. No quadro europeu, a Região Centro de Portugal, onde se insere o concelho de Pombal, faz parte do conjunto das **regiões menos desenvolvidas** (Figura 3), sendo alvo de políticas de coesão específicas no quadro Europa 2020/Portugal 2020, que lhe permite o acesso a medidas e montantes de financiamento com características e valores diferentes das disponíveis para as regiões mais desenvolvidas, podendo constituir um incentivo ao investimento no setor e um fator de competitividade do mesmo.

⁵ www.europarc.org/sustainable-tourism/ (acedido em outubro de 2019).

⁶ http://business.turismodeportugal.pt/pt/Investir/Financiamento/Programas_incentivos/Paginas/Compete-2020.aspx (acedido em outubro de 2019).

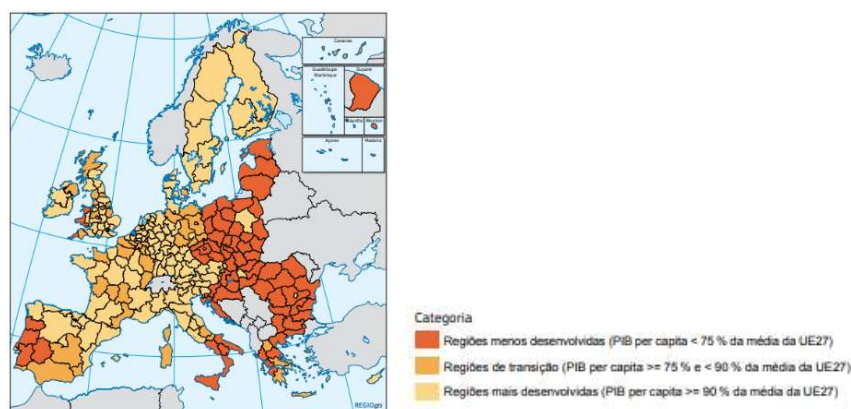


Figura 3. Categorias de regiões no âmbito da política de coesão da UE

Fonte: Direção-Geral da Política Regional e Urbana, 2015

TURISMO DE PORTUGAL

A nível nacional, o Turismo de Portugal, I.P. é responsável pela promoção, valorização e sustentabilidade da atividade turística, agregando numa única entidade, todas as competências institucionais relativas à dinamização do turismo, desde a oferta à procura. A **Estratégia Turismo 2027 (ET27)**, aprovada pela [Resolução de Conselho de Ministros n.º 134/2017 de 27 de setembro](#), constitui o referencial estratégico para o desenvolvimento do setor do turismo em Portugal no horizonte 2027, estabelecendo cinco eixos estratégicos:

- **Valorizar o território**, através do usufruto do património histórico-cultural e preservação da sua autenticidade, da reabilitação urbana e da potenciação económica do património natural e rural, com especial enfoque no turismo do mar.
- **Impulsionar a economia** através da desburocratização e redução dos custos de contexto, atração de investimento, qualificação da oferta, empreendedorismo e inovação.
- **Potenciar o conhecimento** através da formação de recursos humanos, da valorização das profissões do turismo, difusão do conhecimento e informação, e afirmação de Portugal como *smart destination*.
- **Promover a criação de redes e a conectividade**, com o reforço de rotas aéreas ao longo do ano, promoção do ‘turismo para todos’ numa ótica inclusiva e promoção conjunta entre os vários sectores.
- **Projetar Portugal nos mercados internacionais** como destino para visitar, investir, viver e estudar.

A Estratégia Turismo 2027 foi desenhada para tornar Portugal num destino cada vez mais competitivo numa atividade em contínuo crescimento, atenta às mudanças internacionais e ao ambiente tecnológico. Com base neste contexto, foram traçados os seguintes desafios estratégicos:

- **Pessoas**: promover o emprego, a qualificação e valorização das pessoas e o aumento dos rendimentos dos profissionais do turismo.
- **Coesão**: alargar a atividade turística a todo o território e promover o turismo como fator de coesão social.
- **Crescimento em valor**: ritmo de crescimento mais acelerado em receitas vs dormidas.
- **Turismo todo o ano**: alargar a atividade turística a todo o ano, de forma a que o turismo seja sustentável.
- **Acessibilidades**: garantir a competitividade das acessibilidades ao destino Portugal e promover a mobilidade dentro do território.

- **Procura:** atingir os mercados que melhor respondem aos desafios de crescer em valor e que permitem alargar o turismo a todo ano e em todo o território.
- **Inovação:** estimular a inovação e empreendedorismo.
- **Sustentabilidade:** assegurar a preservação e a valorização económica sustentável do património cultural e natural e da identidade local, enquanto ativo estratégico, bem como a compatibilização desta atividade com a permanência da comunidade local.
- **Simplificação:** simplificar a legislação e tornar mais ágil a administração.
- **Investimento:** garantir recursos financeiros e dinamizar o investimento.

Assente nestes desafios, a estratégia foca-se na identificação de ativos turísticos estruturantes que contribuam para a sustentabilidade e competitividade do destino Portugal. O ativo único transversal são as pessoas, que traduzem uma identidade nacional reconhecida em todo o Mundo. A figura seguinte apresenta os principais ativos estratégicos que se constituem como potencialidades para o território nacional no que respeita ao turismo.

ATIVO ÚNICO TRANSVERSAL		
1. Pessoas		
ATIVOS DIFERENCIADORES	ATIVOS QUALIFICADORES	ATIVOS EMERGENTES
2. Clima e luz	7. Gastronomia e Vinhos	9. Bem-estar
3. História, cultura e identidade	8. Eventos artístico-culturais, desportivos e de negócio	10. <i>Living</i> – Viver em Portugal
4. Mar		
5. Natureza		
6. Água		

Figura 4. Ativos estratégicos incluídos na Estratégia Turismo 2027

Fonte: Turismo de Portugal, Estratégia Turismo 2027, 2017

ENTIDADE REGIONAL DE TURISMO DO CENTRO DE PORTUGAL E AGÊNCIA REGIONAL DE PROMOÇÃO TURÍSTICA

A nível regional, a **Entidade Regional de Turismo do Centro de Portugal** (ERTCP) é o organismo descentralizado responsável pela valorização e desenvolvimento das potencialidades turísticas da Região Centro (NUTS II) e das suas sub-regiões, pela promoção interna e no mercado interno alargado (integra parte de Espanha) e pela gestão integrada do destino no quadro de desenvolvimento regional enquanto a **Agência Regional de Promoção Turística** (ARPT) é responsável pela promoção deste território a nível internacional.

No quadro das suas responsabilidades, a ERTCP desenvolve anualmente um plano de atividades suportado por um referencial estratégico integrado. No Plano Regional de Desenvolvimento Turístico da Região Centro de Portugal, recentemente revisto, foram definidos os principais *drivers* e Linhas Estratégicas de Ação (Figura 5).

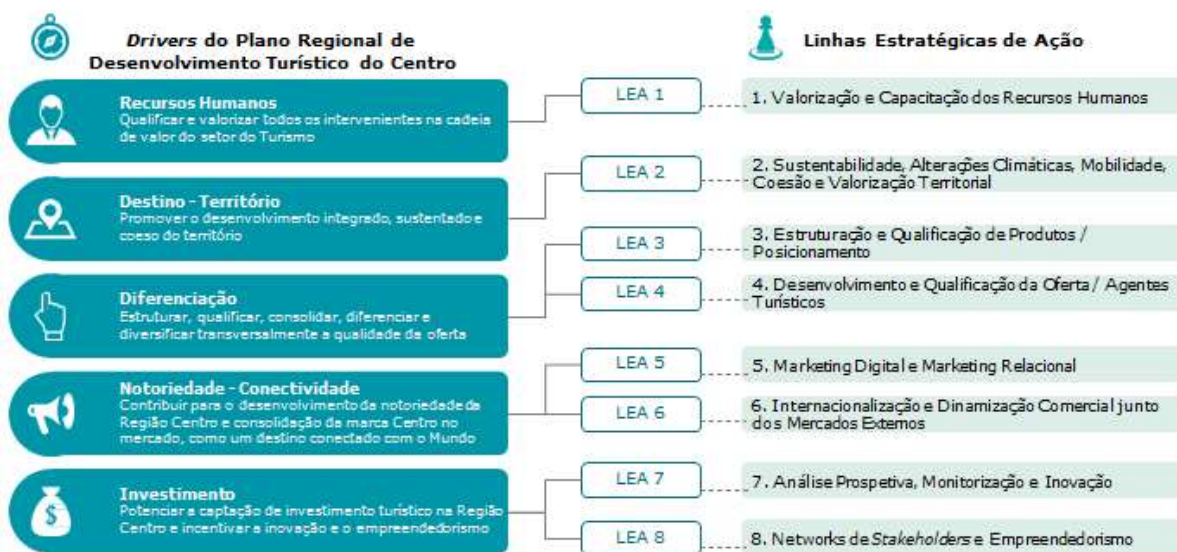


Figura 5. Drivers do Plano Regional de Desenvolvimento Turístico do Centro e Linhas Estratégicas de Ação
 Fonte: Turismo Centro de Portugal, Plano Regional de Desenvolvimento Turístico 2020-2030, 2019

À luz do novo panorama turístico regional, também os Pilares Estratégicos foram adaptados, passando a totalizar 5 pilares que sumarizam a oferta turística da Região (Figura 6).

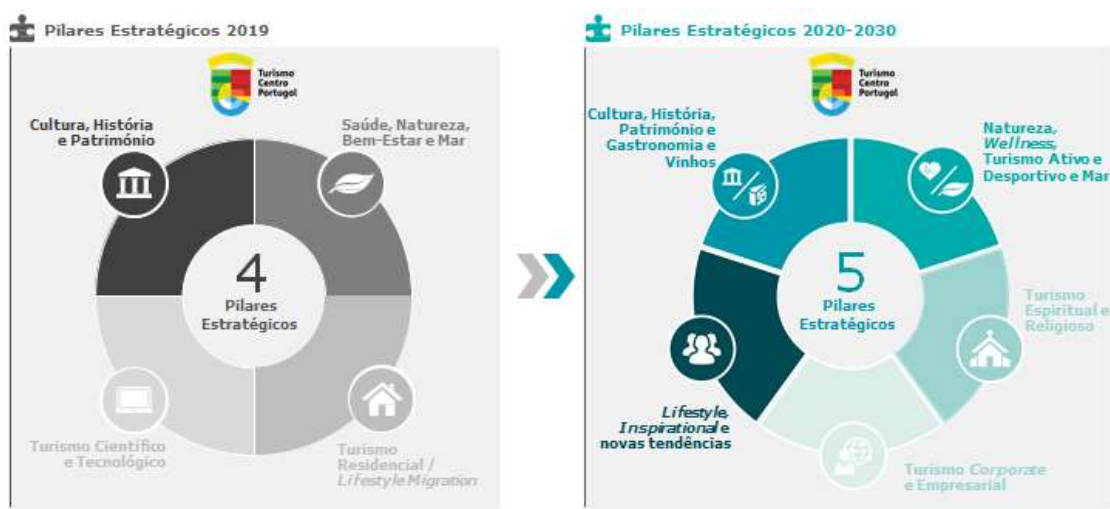


Figura 6. Pilares Estratégicos do Plano Regional de Desenvolvimento Turístico do Centro
 Fonte: Turismo Centro de Portugal, Plano Regional de Desenvolvimento Turístico 2020-2030, 2019

COMUNIDADE INTERMUNICIPAL DA REGIÃO DE LEIRIA

A nível sub-regional, a Comunidade Intermunicipal da Região de Leiria (CIMRL) apresenta, através da sua **Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial (EIDT)**, o quadro de referência relativo ao período 2014-2020. Esta estratégia contribui para reforçar a afirmação e a competitividade da Região de Leiria no contexto regional,

nacional e internacional e robustecer a cooperação e articulação estratégica entre os municípios, fomentando ligações virtuosas com parceiros estratégicos. Neste sentido, foram identificados eixos transversais e de especialização, e definidos objetivos gerais baseados nas especificidades da região e nas orientações da União Europeia para o Quadro Estratégico Comum 2014-2020.

Tendo como objetivo geral “valorizar a diversidade concentrada e realizar o potencial turístico do território nas suas múltiplas facetas – turismo cultural e paisagístico, de bem-estar, de natureza e de negócios, no sentido do acréscimo no seu reconhecimento como um destino atrativo e de qualidade a nível nacional e internacional”, a EIDT apresenta os seguintes objetivos específicos para o eixo de especialização inteligente “Turismo”:

- Melhorar a promoção nacional e internacional, através da agregação de atores regionais para níveis críticos de atuação, em torno da marca “Maravilhas” e da complementaridade a destinos estratégicos como Fátima e Coimbra.
- Intervir na rede de alojamentos no sentido da consolidação e qualidade da oferta.
- Valorizar e promover os produtos endógenos e a gastronomia regional.
- Incorporar produtos locais de qualidade na cadeia de fornecedores da rede de operadores e no contexto da promoção turística.
- Valorizar a presença das indústrias de animação para diferenciar a oferta turística regional.
- Qualificar os serviços periféricos mas essenciais ao turista, tais como restauração, mobilidade, comércio tradicional: formar para a qualidade no acolhimento, língua estrangeira, etc.
- Contrariar a sazonalidade através da organização de eventos culturais e de índole turística fora da época alta.
- Promover a criação de redes sub-regionais em torno das motivações turísticas – cultural e paisagista, de bem-estar, de natureza e de negócios.
- Criar uma marca única regional, e respetivas marcas associadas a cada motivação turística.
- Encorajar a integração do *design* nas estratégias empresariais.
- Apoiar a participação em eventos e missões no estrangeiro.

MUNICÍPIO DE POMBAL

A **nível municipal**, de acordo com a recolha de informação concretizada, o setor do turismo tem vindo a constituir uma aposta fundamental do Município de Pombal, quer ao nível de investimentos realizados, como da crescente incorporação do setor em documentos estratégicos e de gestão territorial na área do ordenamento do território, urbanismo, economia, ambiente ou desenvolvimento sustentável.

Em termos cronológicos, as primeiras referências à importância do turismo enquanto aposta estratégica no concelho surgem integradas em documentos de cariz mais abrangente, como é o caso do **Plano Estratégico da Cidade de Pombal (1996)**, no qual se reconhece a existência de potenciais atrativos turísticos capazes de configurar a afirmação do concelho enquanto destino turístico, principalmente no domínio de atuação

“Património e Cultura e o Ambiente, Lazer e Urbanismo” no qual são apontadas algumas medidas com impacto ao nível do turismo.

Também na **Agenda 21 Local** de Pombal, enquanto documento orientador para o desenvolvimento sustentável, visando conciliar a proteção do ambiente com o desenvolvimento económico e a coesão social, o turismo é focado enquanto elemento essencial para a economia sustentável, sendo especialmente relevada a importância da aposta no turismo sustentável e no ecoturismo e estabelecido um diagnóstico do setor que aponta o Turismo de Natureza como uma aposta fundamental sustentada em projetos como a Estrada Atlântica, o Ecomatur – Ecoturismo na Mata Nacional do Urso, a dinamização de percursos pedestres e o aproveitamento dos recursos naturais existentes para a realização de atividades lúdicas e desportivas.

Mais recentemente, a importância estratégica do turismo é reforçada na 1.ª revisão do **Plano Diretor Municipal**⁷ que apresenta como objetivo estratégico “dinamizar de forma sustentada os pilares de desenvolvimento do concelho de Pombal, aliando a história à modernidade, a preservação dos recursos naturais à promoção turística e à competitividade económica, por forma a melhorar equitativamente a qualidade de vida da população”. Na prossecução desse objetivo, a estratégia de desenvolvimento preconizada para Pombal assenta em quatro objetivos estratégicos, destacando-se os seguintes com uma relação direta com a atividade turística:

- Valorizar de forma integrada os recursos naturais;
- Assumir Pombal como um destino do turismo de natureza.

Baseada no objetivo geral e nos objetivos estratégicos atrás enunciados, a proposta de desenvolvimento apresentada na 1.ª revisão do PDM para o concelho desenvolve-se em quatro grandes vetores estratégicos, que se desdobram em linhas de orientação estratégica (Figura 7).

Vetores Estratégicos		Linhas de Orientação
Marketing Territorial	Valorização do território e dos recursos naturais	Ordenar o solo rural
		Planear, transformar e gerir o solo urbano
	Potenciar a competitividade e pulsação económica	Preservar e valorizar o património cultural e natural
		Prevenir e minimizar riscos
Equidade, coesão social e desenvolvimento sustentável	Revitalizar o setor agrícola e florestal	
	Promover e dinamizar a atividade económica	
	Turismo como elemento estruturante	
	Políticas de coesão social	
	Valorização e integração profissional	
	Otimizar a rede de equipamentos coletivos	
	Mais mobilidade e acessibilidades	
"Co-cooperation" Intermunicipal	Reforço e qualificação das infraestruturas	
	Sustentabilidade ambiental	
	Maximizar a posição geoestratégica do concelho	
		Coesão territorial

Figura 7. Proposta de desenvolvimento para o concelho de Pombal: vetores estratégicos e linhas de orientação estratégica

Fonte: Município de Pombal, 1.ª Revisão do PDM de Pombal

⁷ Publicada no Diário da República sob o Aviso n.º 4945/2014, II Série, n.º 71, de 10 de abril de 2014, sendo posteriormente objeto de retificação pela Declaração n.º 77/2015, de 20 de abril, de correção material, pela Declaração n.º 86/2015, 24 de abril, de uma 1.ª alteração por adaptação publicada pelo Aviso n.º 15686/2017, de 29 de dezembro, uma 2.ª alteração publicada pelo Aviso 12533/2019, de 06 de agosto e uma 3.ª alteração por adaptação publicada pelo Aviso 16625/2019, de 17 de outubro: www.cm-pombal.pt/ordenamento-territorial/plano-diretor-municipal/ (acedido em outubro de 2019).

Neste contexto, a importância do turismo é visível de uma forma transversal a toda a proposta de desenvolvimento, com especial incidência no vetor estratégico “Potenciar a competitividade e pulsação económica”, no qual surge como “elemento estruturante” e representa uma linha de orientação estratégica, mas também pela articulação que estabelece com questões relacionadas com a preservação e valorização do património cultural e natural, com a sustentabilidade ambiental e com a coesão territorial, social e económica do território.

Focando a atenção na linha de orientação estratégica que define o “Turismo como elemento estruturante”, o setor é apresentado como “um dos domínios que apresenta perspetivas mais favoráveis de potencial crescimento no concelho, é uma atividade que deve ganhar espaço nas estratégias de desenvolvimento a delinear, no sentido de desenvolver a economia concelhia”, sublinhando-se a importância de “que os esforços sejam orientados para a criação de produtos e serviços turísticos inovadores e diversificados, para o reforço das parcerias estratégicas e para a preservação do equilíbrio ambiental e a valorização do património cultural, aproveitando o potencial do concelho e configurando produtos turísticos alternativos, bem como valorizando e potenciando o desenvolvimento sustentável do concelho”.

A importância estratégica do turismo é igualmente reforçada no **PEDU - Plano Estratégico de Desenvolvimento Urbano da Cidade de Pombal (2015)**⁸, embora com uma incidência limitada à cidade de Pombal. O turismo é encarado como uma alavanca para a regeneração e revitalização urbana, com o intuito de tornar Pombal “uma cidade mais atrativa, ativa, inclusiva e visitada, atraindo pessoas, aumentando os habitantes e turistas, potenciando a vivência urbana e revitalizando o comércio local, ancorado num espaço público de excelência e qualidade, acessível a todos e apoiado por uma ampla oferta de serviços, equipamentos e de animação”. Neste contexto, este Plano propõe vários projetos com incidência na área do turismo, alguns já implementados e outros em fase de implementação, relacionados com a valorização do espaço público, a reabilitação e conservação do edificado, a dinamização de serviços e potenciação de equipamentos, a salvaguarda, animação e promoção do centro histórico, a promoção e divulgação de produtos locais, o desenvolvimento de uma estratégia de comunicação e a aposta em nichos de mercado (turismo sénior, turismo de negócios, por exemplo).

As **Grandes Opções de Plano**⁹ 2017-2020, 2018-2021 e 2019-2022 indicam diversos investimentos e medidas com relação e/ou impacto na atividade turística no âmbito da beneficiação e requalificação de equipamentos e infraestruturas (espaço urbano, património natural, cultural, histórico, arquitetónico e imaterial), da continuidade e/ou reforço do apoio a eventos e iniciativas de animação e dinamização de cariz cultural e desportivo e a iniciativas focadas na valorização e dinamização turística do concelho.

⁸ www.cm-pombal.pt/ordenamento-territorial/plano-estrategico-de-desenvolvimento-urbano-da-cidade-de-pombal/ (acedido em outubro de 2019).

⁹ <https://www.cm-pombal.pt/documentos/documentos-financeiros/documentos-previsionais-2005-a-2020/> (acedido em abril de 2020).

2.2 Tendências internacionais e nacionais no Turismo



TENDÊNCIAS INTERNACIONAIS NO TURISMO

De acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT/UNWTO)¹⁰, nas últimas seis décadas, o turismo tem apresentado uma contínua expansão e diversificação, tendo-se tornado num dos setores económicos de maior importância e crescimento no Mundo, com um peso de cerca de 10% no PIB mundial, 7% no comércio global e responsável por um em cada dez postos de trabalho, registando um crescimento superior ao ritmo da restante economia mundial.

Mundialmente, as chegadas de turistas internacionais têm vindo a registar um progressivo aumento, passando de 25 milhões em 1950, para 278 milhões em 1980, para 674 milhões em 2000 e para 1.4 mil milhões em 2018, com a Europa a assumir cerca de metade das chegadas de turistas internacionais a nível global (710 milhões), afirmando-se como o principal mercado (Figura 8) e registando uma taxa de crescimento de 5% face ao ano anterior. Dentro do continente europeu, é a região sul e do mediterrâneo que tem vindo a registar maiores aumentos ao nível da chegada de turistas (289 milhões em 2018) assim como ao nível das receitas provenientes da atividade. Destacam-se países como Itália, Grécia, Portugal, Croácia ou Eslovénia como aqueles que têm conhecido um crescimento mais robusto ao nível da atividade e atratividade turística, embora Espanha continue a ser o principal destino turístico desta região, tendo recebido cerca de 83 milhões de turistas em 2018, e França o principal destino turístico a nível europeu, recebendo cerca de 89 milhões de turistas no mesmo ano.

¹⁰ OMT/UNWTO, *Tourism Highlights, 2017 Edition*.

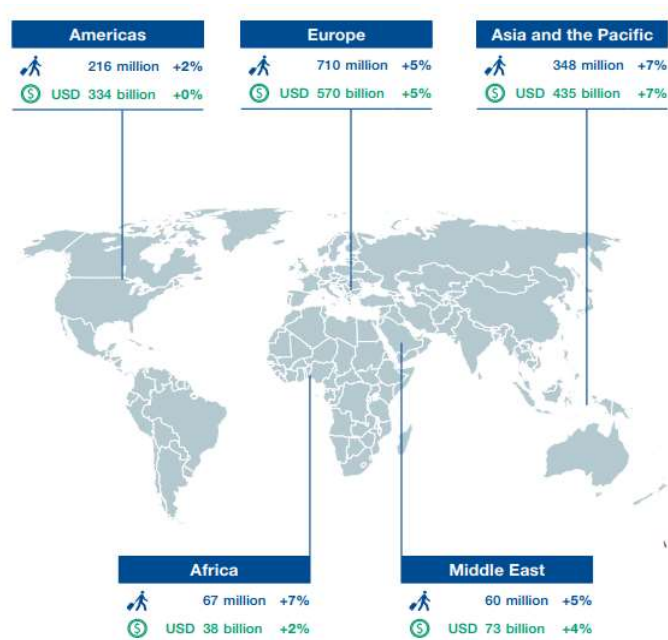


Figura 8. Turismo internacional: número de chegadas e receitas geradas
 Fonte: OMT/UNWTO, 2019

De acordo com o Relatório de previsão a longo prazo da OMT/UNWTO, o [Tourism Towards 2030](#) (2011), é expectável um cenário com as seguintes características:

- As chegadas de turistas internacionais deverão aumentar 3,3% ao ano, atingindo 1.8 mil milhões em 2030;
- Entre 2010 e 2030, estima-se que as chegadas a destinos emergentes cresçam o dobro das que se verificam nas economias mais avançadas (+4,4% e 2,2%, respetivamente);
- A quota de mercado das economias emergentes aumentou 30% em 1980, 45% em 2016 e estima-se que atinja os 57% em 2030, o equivalente a 1.000 milhões de chegadas de turistas internacionais.

Contudo, o aumento crescente de novas ofertas concorrenciais, com níveis diferenciados de segmentação e inovação, aconselha a adoção de estratégias de atuação alicerçadas no conhecimento e exploração de oportunidades latentes e a descoberta de nichos de mercado, associadas a novas tendências que se configuram relativamente ao perfil do turista, influenciadas por macrotendências específicas (demográficas e socioculturais, económicas, ambientais, tecnológicas e nos transportes) que transformam em permanência padrões de consumo de diferentes públicos.

No seu [Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal \(Turismo 2020\)](#), o Turismo de Portugal procurou analisar essas macrotendências globais condicionadoras da evolução do setor a curto e médio prazo, à escala nacional e internacional. Este documento considera cinco áreas fundamentais para as quais se configuram tendências de mudança do turismo atual: demográficas e socioculturais, económicas, ambientais, tecnológicas e ao nível dos transportes (Figura 9).

Âmbito	Tendências	Consequências/Efeitos
--------	------------	-----------------------

<p>Demográficas e Socioculturais</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Envelhecimento populacional e aumento de turistas seniores. • Mudança na composição das famílias, com agregados mais pequenos e diversificados. • Preocupações crescentes com a saúde, a alimentação e o bem-estar. • Crescimento da classe média em economias emergentes. • Crescentes preocupações sociais e ambientais por parte dos consumidores. • Evolução e modificação dos gostos, necessidades e preferências. 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Short and city breaks</i> mais frequentes ao longo do ano conduzem ao desenvolvimento de eventos na época baixa. • Procura de serviços de saúde (médicos e estéticos) em países com custos mais acessíveis, com infraestruturas e condições naturais propícias para o bem-estar e que se posicionam como destino turístico. • Procura por produtos de bem-estar, <i>fitness</i>, <i>antisstress</i>, <i>retiros espirituais</i>, <i>boot-camps</i>. • Interesse pelo turismo cultural e programas específicos segmentados para diferentes públicos. • Procura de férias mais ativas, turismo de aventura e por experiências únicas e verdadeiras.
<p>Económicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Globalização continuada da produção e do consumo de produtos e serviços. • Crescimento do rendimento per capita nos países mais desenvolvidos. • Aparecimento e crescimento de novos mercados de dimensão global. • Intensificação dos acordos de mercado e remoção de barreiras às transações internacionais. • Aparecimento de novos mercados de consumidores das economias em transição (Europa Central e de Leste) e em desenvolvimento (Ásia e Sul da Ásia). 	<ul style="list-style-type: none"> • Ambiente global mais competitivo e turistas mais atentos ao rácio qualidade-preço. • Economias emergentes dão lugar ao aparecimento de novos destinos e de novos mercados emissores. • Globalização aumenta as expectativas de viagens, o que exige a disponibilização de informação e serviços de qualidade, através dos meios de comunicação de vanguarda. • Dificuldade em fidelizar os visitantes a destinos e marcas, devido à tendência para os visitantes diminuírem o seu número de visitas repetidas ao mesmo destino e à procura de novas experiências e produtos. • Globalização conduz ainda ao aumento das viagens a familiares e amigos (VFR) e dos intercâmbios entre estudantes.
<p>Ambientais</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Crescente preocupação com as alterações climáticas. • Maiores preocupações ambientais por parte das populações, empresas e governos e adoção gradual de comportamentos mais sustentáveis. • Adoção de boas práticas ambientais, valorização da prática da reciclagem, e desenvolvimento de mecanismos e sistemas para a eficiência energética. • Proliferação da certificação e regulação ambiental. • Contínua necessidade de racionalização dos recursos e de utilização de energias alternativas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Subida do nível médio dos mares e oceanos e aumento da erosão costeira - impacto nos destinos de Sol e Praia. • Alterações nos fluxos turísticos com um aumento da procura em épocas baixas. • Aumento dos custos de manutenção e operação de atrações turísticas naturais, como praias, estâncias de neve, rios, etc. • Maior consciência ambiental por parte dos turistas. • Aumento da procura por atividades associadas ao turismo de natureza e consequente aparecimento de produtos mais sofisticados nestes segmentos. • Tendência para uma maior procura por produtos mais naturais e/ou biológicos.
<p>Tecnológicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Crescente importância da Internet como canal de comunicação, informação e comercialização, da conectividade e das redes digitais. • Disponibilização de mais e melhor informação a nível global. • Aparecimento de novos canais de comunicação e de sistemas de reservas e de pagamento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Maior controlo exercido pelos turistas, devido à crescente possibilidade de comparação de preços e produtos. • Uso das tecnologias em viagem através das plataformas digitais para consulta de informação e compra de produtos turísticos e culturais <i>online</i>. • A procura antecipada de informação sobre serviços, viagens, entre outros, aumenta o conhecimento prévio e consequentemente as expectativas sobre esses serviços e destinos.

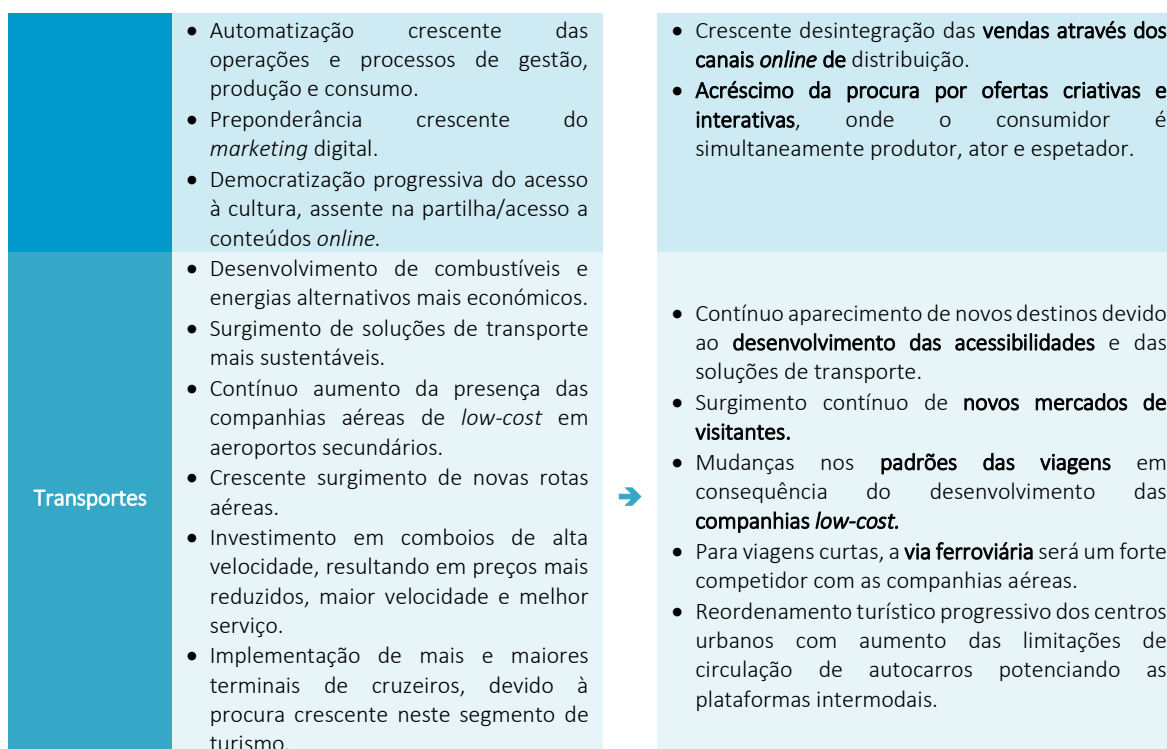


Figura 9. Tendências e consequências/efeitos no setor do turismo

Fonte: Turismo de Portugal, Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (adaptado)

Algumas destas tendências também se encontram identificadas na [Estratégia Turismo 2027 \(Turismo de Portugal, 2017\)](#)¹¹, numa lógica de articulação entre mudanças/perspetivas e oportunidades/desafios (Figura 10).



Figura 10. Tendências internacionais que impactam o Turismo

Fonte: Turismo de Portugal, Estratégia de Turismo 2027

O estudo “[European Tourism: recent developments and future challenges](#)” (Comité para os Transportes e Turismo, Parlamento Europeu, 2019), apresenta uma reflexão sobre o turismo europeu, identificando os **desafios futuros**

¹¹ estrategia.turismodeportugal.pt/content/estrat%C3%A9gia-turismo-2027 (acedido em outubro de 2019).

e as oportunidades emergentes que se colocam ao setor, emergindo aqui o enfoque na sustentabilidade, com a conclusão da emergência da ação sustentável do setor a nível ambiental, social, económico ou territorial. São identificadas tendências chave como a crescente procura por produtos mais sustentáveis e por experiências únicas e autênticas, a mudança de paradigma quanto à escolha e organização de viagens, com consumidores mais informados e autónomos, a afirmação de novas formas de turismo baseadas no ecoturismo, no turismo de natureza, saúde e bem-estar, no turismo acessível e em nichos de mercado (religião, negócios, educação e formação, comunidade LGBTI), a procura de produtos que privilegiem a sustentabilidade ambiental e questões relacionadas com a eficiência energética, a economia circular ou as alterações climáticas e releva a importância da ascensão dos *millennials* e geração Z enquanto grupos que irão ser responsáveis pela maioria das mudanças e tendências a ocorrer ao nível da atividade turística nos anos vindouros, muito influenciados pelas tecnologias digitais e pelos *social media*.

As tendências globais apresentadas, com impactos diretos no modo como os territórios devem encarar as suas estratégias de promoção turística e de *marketing* territorial, encontram diversos pontos de contacto com as **tendências de consumo e estilos de vida atuais**, que acabam por condicionar as escolhas turísticas. Essas mudanças repercutem-se quer em termos da alteração de hábitos, mentalidades, valores e preferências por parte do consumidor, quer em termos dos formatos de desenvolvimento planeados, numa aposta nos formatos mais inovadores de comunicação e numa diversificação do pacote turístico, adaptado à necessidade de suprir as exigências emergentes de turistas que procuram a novidade, o exótico e a experiência, com a criação de novos conjuntos de bens e serviços com carácter inovador e único.

De acordo com o documento [International Tourism Highlights](#) (OMT/UNTWO, 2019), as **tendências associadas aos turistas e viajantes estruturam-se em 6 grandes objetivos**, conforme figura seguinte.

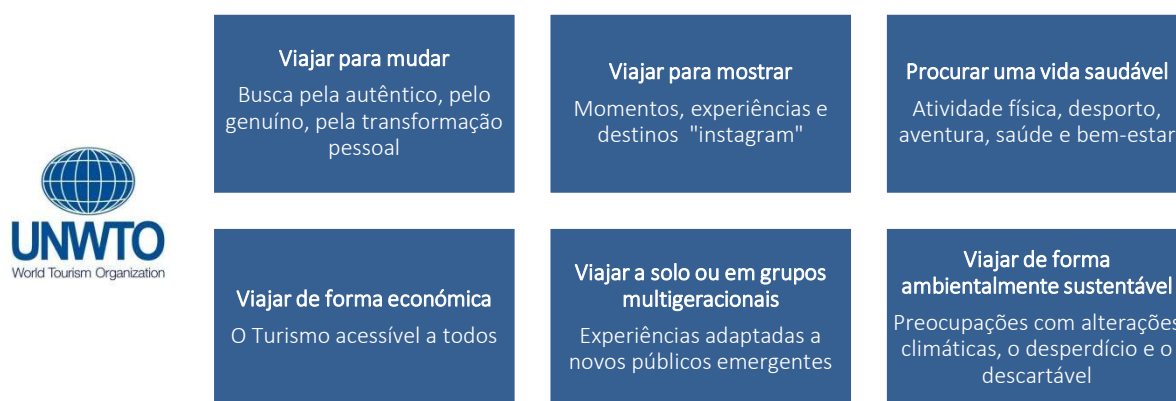


Figura 11. Principais tendências associadas a turistas e viajantes

Fonte: OMT/UNTWO, 2019

Ainda no que diz respeito a tendências referentes a 2019, na perspetiva de uma das maiores plataformas mundiais em matéria de busca e reserva *online* de viagens e alojamento, o site [Booking.com](#), e com base em mais de 163 milhões de avaliações aí registadas, observam-se as seguintes tendências:

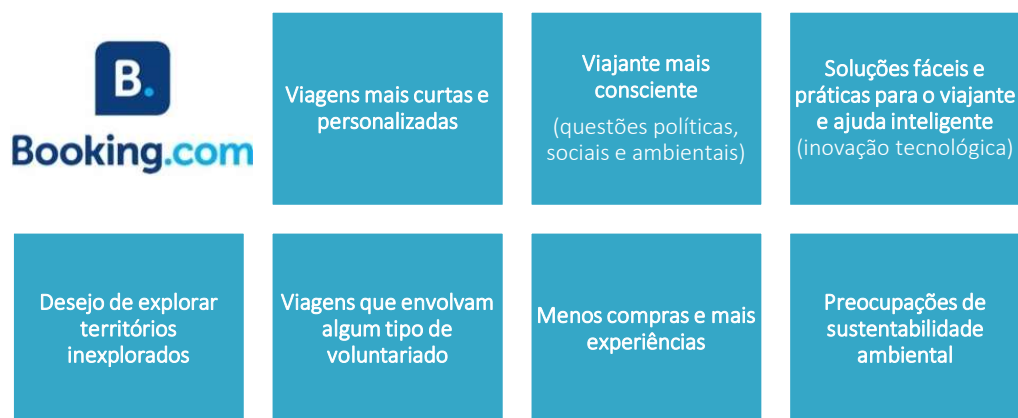


Figura 12. Principais tendências de utilizadores de Booking.com

Fonte: Booking.com, 2019

A alteração de tendências relacionadas com o perfil do turista e do consumidor induz igualmente a uma alteração de **tendências relativamente ao redirecionamento de fluxos turísticos**, com a Ásia e o Pacífico a assumirem-se como as regiões que registaram, em 2018, um maior crescimento de chegadas de turistas internacionais (7%) em igualdade com África (7%), seguidas do Médio Oriente e Europa (5%) e das Américas (2%).

Países como a França, a Espanha, os Estados Unidos da América (EUA), a China ou a Itália continuavam a ocupar, em 2018, os primeiros lugares enquanto destinos internacionais de chegadas, embora se registre a emergência de novos destinos como o Nepal, o Sri Lanka, o Vietname ou a Tailândia, na região asiática, a Colômbia, Equador ou Perú na América do Sul ou a recuperação do norte de África enquanto destino turístico concorrencial à Europa, principalmente no caso da Tunísia e Egito, e a afirmação de novos destinos como Cabo Verde, Ilhas Maurícias ou Seychelles.

No que respeita às receitas, os EUA e a Espanha permanecem nos primeiros lugares, seguidos da França, Tailândia e Reino Unido. Os turistas que efetuam mais gastos nos destinos são os chineses (mais de 277 *biliões*¹² de dólares em 2018), quase o dobro dos norte-americanos (144 *biliões*) e muito superior aos alemães, os britânicos e os franceses, com valores abaixo dos 100 *biliões*.

No que se refere aos meios de transporte utilizados nos fluxos turísticos, em 2018, mais de metade dos turistas (58%) chegaram ao destino por meio aéreo, 37% por via rodoviária, 4% por via marítima e 2% por via ferroviária. A tendência de crescimento do transporte aéreo é comprovada pelo aumento ligeiramente superior face às restantes tipologias, com uma quota de mercado que tende a aumentar gradualmente, relevando a importância estratégica do aumento exponencial das companhias e voos *lowcost* e ainda a proximidade e/ou fácil acesso a um aeroporto.

Outra tendência relevante que importa analisar é o motivo das deslocações internacionais. Em 2018, as viagens efetuadas por motivo de férias e lazer representaram 56% do total das chegadas internacionais; 27% viajaram

¹² A referência a bilião, é neste contexto, referente à unidade *USD billion* que equivale a milhar de milhão.

por outros motivos, como a visita a amigos e familiares, motivos religiosos e peregrinações e saúde e bem-estar; e 13% viajaram por motivos profissionais e de negócios.

TENDÊNCIAS NACIONAIS NO TURISMO

Portugal não passa ao lado desta rápida e crescente dinâmica de afirmação do turismo enquanto atividade económica estratégica para a criação de emprego, geração de riqueza e indução de novas lógicas de organização e ordenamento do território, afirmando-se, de acordo com dados do Turismo de Portugal referentes a 2017, **como o 14.º destino mais competitivo do Mundo, ocupando a 17.ª posição a nível mundial ao nível da chegada de turistas e a 21.ª posição ao nível das receitas geradas (mais de 16 mil milhões de euros), assumindo 8,2% do PIB nacional.**

Em 2018¹³, Portugal registou cerca de 25 milhões de hóspedes, 60,4% dos quais correspondentes a estrangeiros, sendo as principais regiões de destino, a Área Metropolitana de Lisboa (quota de 30,1%), Norte (21,1%) e Algarve (18,7%). No mesmo ano, registaram-se 66,1 milhões de dormidas, com o Algarve a assumir uma quota de 30,6% e Lisboa 26,2%. Registou-se ainda uma taxa de ocupação cama de 52,1%, com os hóspedes estrangeiros a serem responsáveis por 37,7% da ocupação. A Europa foi responsável por 81% das dormidas turísticas de estrangeiros em Portugal, destacando-se o crescimento dos mercados intercontinentais face a 2017, com variações de +20,5% no caso da América do Sul e +12% no caso da América do Norte.

Os cinco principais mercados emissores de dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico em Portugal, em 2018, foram os apresentados na Figura 13.



Figura 13. Principais mercados emissores em 2018

Fonte: Turismo de Portugal, Turismo em Portugal | 2018, 2019

Verificou-se igualmente uma redução da taxa de sazonalidade (-0,6 p.p., face a 2017), sendo mais acentuada nos turistas nacionais (39,5%) face aos estrangeiros (35,3%). A Estratégia Turismo 2027 (Turismo de Portugal, 2017) pretende, até 2027, reduzir a sazonalidade da atividade turística para 33,5%, bem como diversificar os mercados de proveniência dos turistas, sem ignorar os desafios de sustentabilidade dos recursos, dos equipamentos e das infraestruturas de apoio às populações que este crescimento exponencial encerra, devendo adotar-se uma ótica de compatibilização das vertentes ambiental, económica, social e territorial.

¹³ <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/Turismo%20em%20Portugal/turismo-em-portugal-2018.pdf> (acedido em outubro de 2019).

Em síntese, do cruzamento entre as dinâmicas económicas, sociais e espaciais verificadas na atividade turística e os desafios que se colocam perante o turista, assiste-se a uma constante transformação de tendências no setor, quer ao nível do **perfil do turista/consumidor**, das **tendências de consumo e estilos de vida atuais** e do **redirecionamento de fluxos turísticos**, observando-se, de acordo com o estudo *“European Tourism: recent developments and future challenges”* (Comité para os Transportes e Turismo, Parlamento Europeu, 2019) e com os principais pontos de contacto ao nível das várias tendências analisadas, as seguintes **recomendações**:

- Desenvolvimento de estratégias com uma preocupação evidente ao nível da sustentabilidade social e ambiental, com impactos ao nível dos transportes e mobilidade, da massificação dos destinos, da sobrecarga sobre as áreas costeiras, do uso dos recursos e de uma ação social mais ligada ao turismo, na sua integração e proximidade na e com a comunidade.
- Melhoria da acessibilidade no turismo e incremento da aposta em ofertas baseadas na saúde e no bem-estar, adaptadas a uma população cada vez mais envelhecida e a novos públicos.
- Aposta em produtos de nicho, focados na experiência e na autenticidade, e em formas de turismo e públicos em ascensão (negócios, religioso, *short breaks*, viajantes a solo, grupos multigeracionais).
- Investir em novas tecnologias enquanto ferramentas para prever a procura de um produto ou serviço, para a sua promoção e para tornar a atividade mais transparente, acessível e apelativa às gerações mais jovens.

Os contextos e as tendências associadas ao turismo acima descritas estão, no entanto, expostas a **alterações no contexto geopolítico internacional** que poderão induzir mudanças nessas tendências. Importa destacar o possível efeito da saída do Reino Unido da União Europeia (Brexit), de acordo com o referendo realizado a 23 de junho de 2016, o qual poderá conduzir a um contexto de instabilidade que obrigará a uma adaptação a um novo quadro geopolítico e económico por parte das entidades, empresas e investidores (operadores económicos) com ação no setor turístico. Face a este contexto, o Governo de Portugal aprovou a 17 de janeiro de 2019 um [Plano de Preparação e Contingência para a Saída do Reino Unido da União Europeia](#), que tem como propósito evitar obstáculos e incentivar a reciprocidade para com os cidadãos portugueses que trabalham e vivem no Reino Unido e para os turistas portugueses nesse país. No que diz respeito ao turismo, destacam-se as seguintes medidas de preparação nacional:

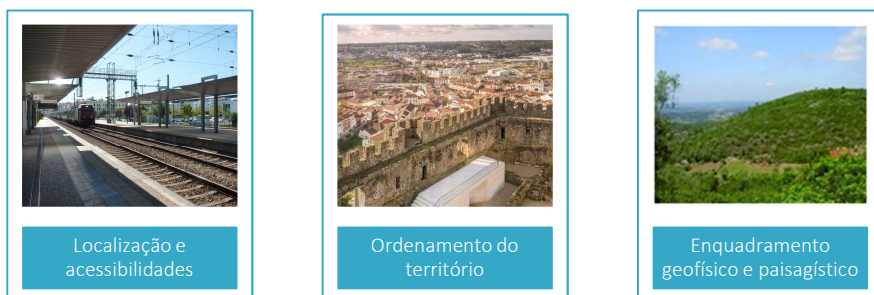
- Elaboração de plano especial de promoção turística de Portugal no Reino Unido e atração de investimento.
- Criação de um canal informativo no VisitPortugal.com de relação com o consumidor britânico.
- Realização de ações de informação destinadas aos operadores britânicos relativas a alterações em matéria de prestação de serviços.
- Monitorização contínua dos fluxos turísticos do Reino Unido e do seu impacto.
- Criação de uma área de atendimento *online* para informações aos turistas britânicos.

3. CARACTERIZAÇÃO DO CONTEXTO E DOS RECURSOS TURÍSTICOS DE POMBAL



3. CARACTERIZAÇÃO DO CONTEXTO E DOS RECURSOS TURÍSTICOS DE POMBAL

3.1 Contexto territorial



LOCALIZAÇÃO E ACESSIBILIDADES

Localizado na Região Centro (NUTS II) e na Região de Leiria (NUTS III), o concelho de Pombal ocupa uma área de 626 km², sendo o concelho com maior área territorial da sua sub-região, dividindo-se em treze freguesias (Abiul, Almagreira, Carnide, Carriço, Louriçal, Meirinhas, Pelariga, Pombal, Redinha, Vermoil, Vila Cã, UF de Guia, Ilha e Mata Mourisca e UF de Santiago e São Simão de Litém e Albergaria dos Doze).

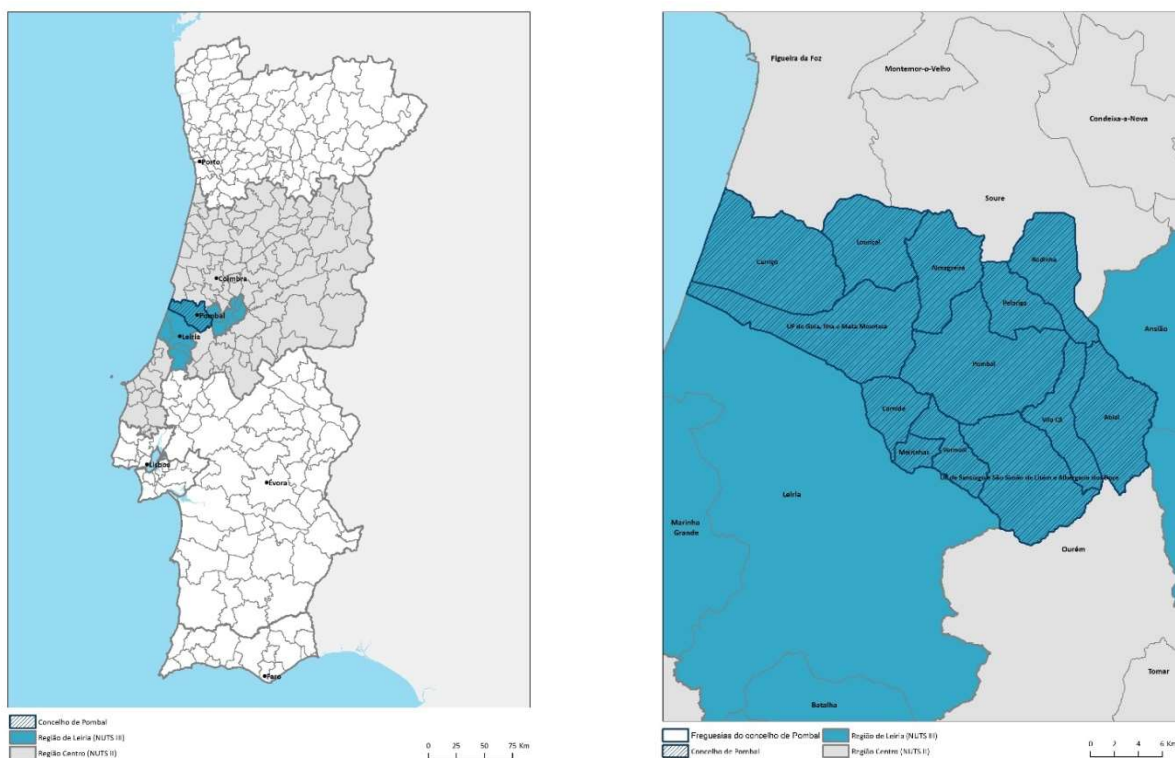


Figura 14. Enquadramento territorial do concelho de Pombal

Fonte: SPI, 2019

Confina a norte com os concelhos da Figueira da Foz e Soure, a este por Ansião e Alvaiázere, a sudeste por Ourém, a sudoeste por Leiria, prolongando-se a oeste até ao Oceano Atlântico, onde se desenvolve ao longo de 9,5 km de linha de costa, encontrando-se numa posição de múltipla charneira entre o litoral e o interior, o norte e o sul do país, entre Lisboa e o Porto e, numa escala regional, entre Coimbra e Leiria.

A esta posição privilegiada no contexto nacional está associada uma excelente conectividade suportada em acessibilidades rodoviárias e ferroviárias que colocam Pombal a pouco mais de uma hora de distância das duas principais cidades portuguesas e, por inerência, aos principais aeroportos nacionais:

- Na rodovia destacam-se duas importantes autoestradas, nomeadamente a A1, cuja saída se localiza a cerca de 5 km do centro da sede de concelho, e a A17 com saídas no Carriço/Louriçal e na Guia/Mata Mourisca. Ambas estabelecem ligação com o IC8, que assegura uma importante ligação do litoral ao interior e que estabelece ligação com a A13 e com a A23, importante via de ligação à Beira Interior e a Espanha. Pombal é ainda atravessado pelo IC2/EN1 e pela EN109, no sentido norte/sul. Ainda de relevar a Estrada Atlântica, com ciclovia associada, pela importância que assume no contexto de acessibilidade entre o interior do território e a faixa litoral, estabelecendo a ligação entre Pombal e os concelhos de Marinha Grande, Alcobaça e Nazaré.
- Na ferrovia é de destacar o seu atravessamento pelas Linhas do Norte e do Oeste. A Linha do Norte merece particular destaque pela importância estratégica que assume a nível nacional, principalmente na ligação entre Lisboa e Porto, tendo no território concelhio diversos pontos de paragem, com destaque para a estação ferroviária de Pombal.

No que concerne à conectividade portuária e aeroportuária, o concelho de Pombal beneficia da proximidade ao porto da Figueira da Foz, a cerca de 40 km e 35 minutos de distância, e aos aeroportos de Lisboa e do Porto, a cerca de 90 minutos.

ORDENAMENTO DO TERRITÓRIO

De acordo com o modelo territorial da Região Centro¹⁴, o concelho de Pombal encontra-se integrado na Unidade Territorial Centro Litoral, mais especificamente no subsistema urbano Leiria-Marinha Grande/Pinhal Litoral.

O concelho de Pombal polariza o espaço de intermediação entre Leiria e Coimbra e localiza-se num local estratégico de ligação ao interior, através do IC8. Pombal assume-se como centro urbano estruturante, estabelecendo fortes relações de complementaridade com os centros urbanos regionais de Leiria, Coimbra e Figueira da Foz, que configuram centros de polaridades urbanas mais marcantes, e constitui uma importante rótula não só no contexto sub-regional, pela polarização que já exerce face a centros urbanos complementares,

¹⁴ Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro (CCDR Centro): Plano Regional de Ordenamento do Território do Centro (PROT-C) - [versão disponibilizada online](#), maio de 2011.

mas também no contexto regional ao nível das acessibilidades estratégicas que lhe confere uma posição de elevada importância no contexto norte/sul e litoral/interior.

ENQUADRAMENTO GEOFÍSICO E PAISAGÍSTICO

O concelho ocupa um território que se estende, ao longo de 30 km no sentido norte-sul e de 39 km no sentido este-oeste, desenvolvendo-se desde o nível do mar (0 metros), ao longo da faixa Atlântica, onde prevalecem a formação de dunas e areias, até aos 553 metros de altitude máxima, alcançada no ponto mais alto da Serra de Sicó (Figura 15).

Entre o mar e a serra, o concelho de Pombal possui um relevo aplanado no seu setor mais a oeste, entre a Praia do Osso da Baleia e a Freguesia de Carriço, tornando-se progressivamente mais ondulado em direção ao interior, recortado pela densa rede hidrográfica, que configura a abertura de alguns vales mais férteis e de baixa altitude, como por exemplo ao longo da Ribeira de Carnide, até alcançar vertentes mais abruptas e altitudes mais elevadas na direção do Maciço Calcário de Sicó, no qual a paisagem serrana predomina.

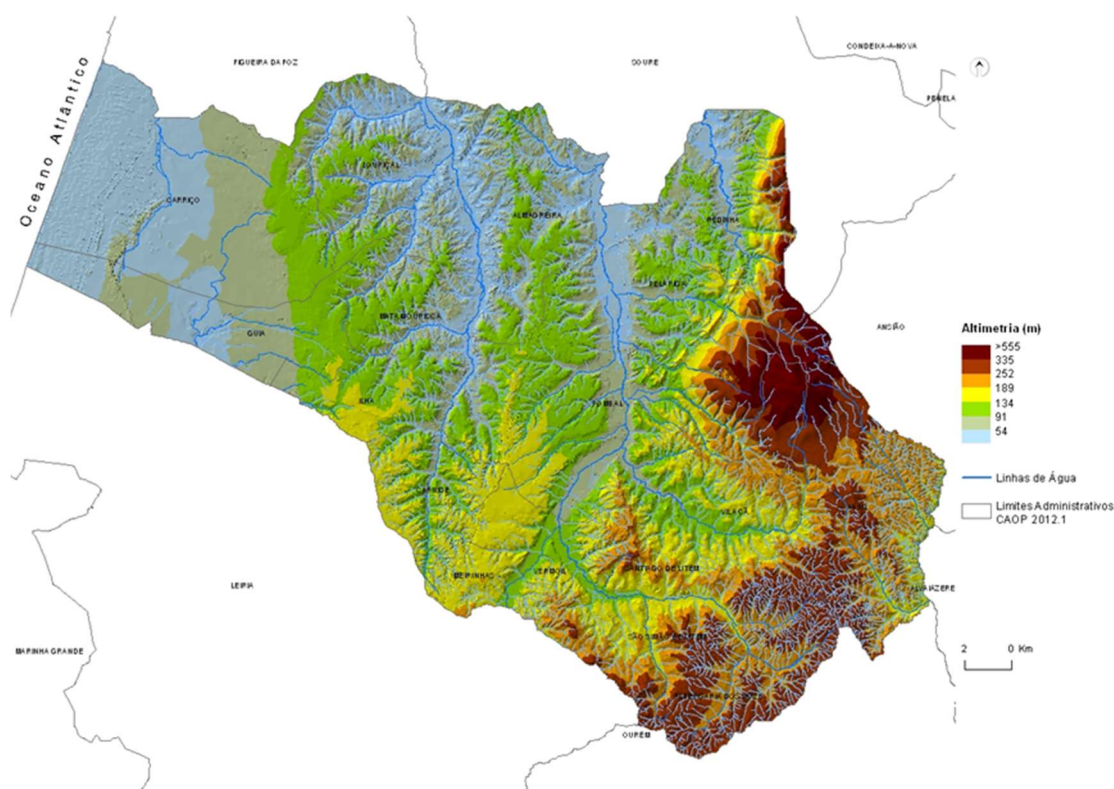


Figura 15. Carta Hipsométrica do concelho de Pombal

Fonte: Município de Pombal, 1.ª Revisão do PDM de Pombal

Sob o ponto de vista geomorfológico, Pombal enquadra-se em três unidades distintas, nomeadamente, no Maciço Jurássico da Serra de Sicó na extremidade oriental, na Bacia Terciária na parte central e no Diapiro de Monte Real na parte ocidental. Predominam as formações sedimentares e um filão de rochas eruptivas (Figura 16),

observando-se no seu espaço territorial vários tempos geológicos, desde o Moderno ao Jurássico. Essa diversidade geológica concede a este território uma elevada riqueza de recursos minerais não metálicos, sobretudo o calcário, o salgema, as areias comuns, as areias especiais, os saibros, as argilas comuns, as argilas especiais e o caulino, assim como de sistemas aquíferos (Sistema Aquífero de Leirosa Monte-Real, do qual faz parte integrante o Sistema Aquífero da Mata do Urso; Sistema Aquífero Cárstico de Sicó-Alvaiázere; Sistema Aquífero de Ourém; e Sistema Aquífero de Louriçal).

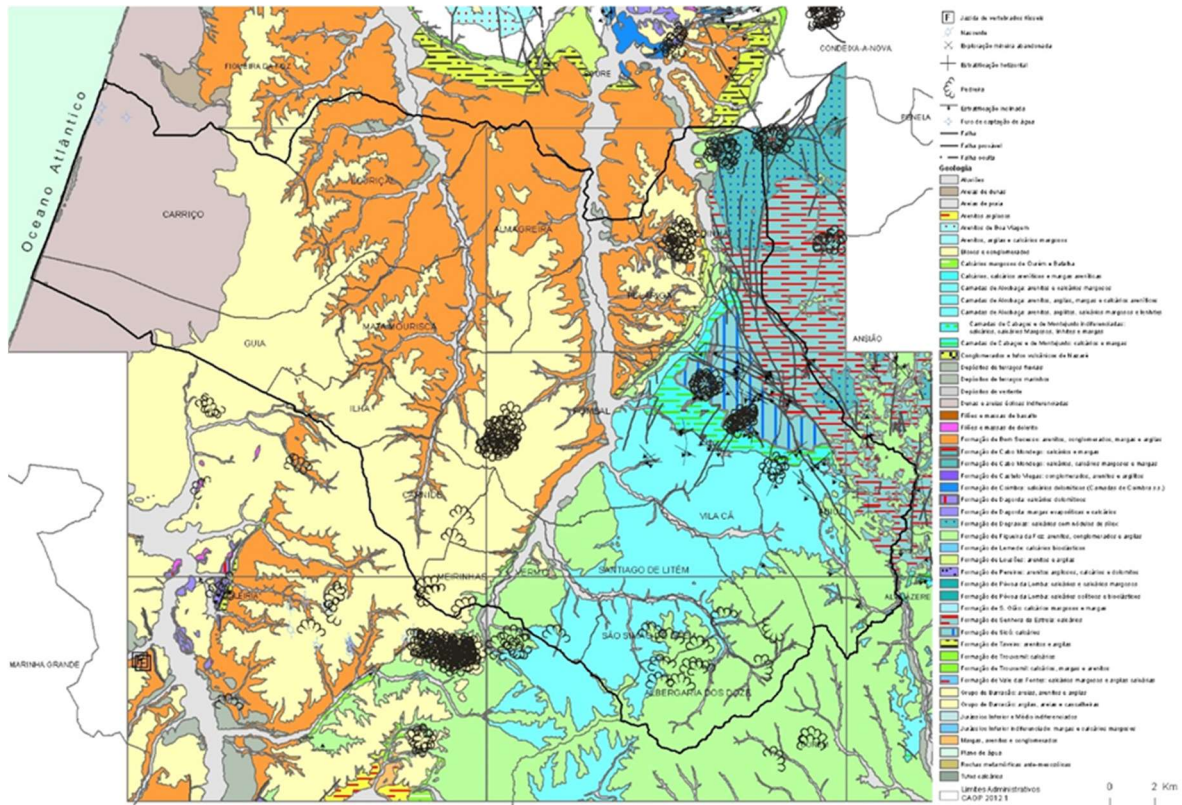


Figura 16. Extrato da Carta Geológica no concelho de Pombal

Fonte: Município de Pombal, 1.ª Revisão do PDM de Pombal, adaptado de Carta Geológica: LNEG

A nível hidrográfico o território está integrado em quatro bacias hidrográficas (Figura 17). A rede hidrográfica, muito densa, desenvolve-se essencialmente ao longo dos principais cursos de água presentes no concelho: o Rio Arunca, a Ribeira de Carnide (Rio Pranto), o Rio Anços, o Rio Nabão e a Ribeira de Nasce Água. Atualmente, Pombal encontra-se abrangido pelos Planos de Gestão da Rede Hidrográfica (3.º ciclo) Vouga, Mondego e Lis (RH4A) e Tejo e Ribeiras do Oeste (RH5A) (Rio Nabão).

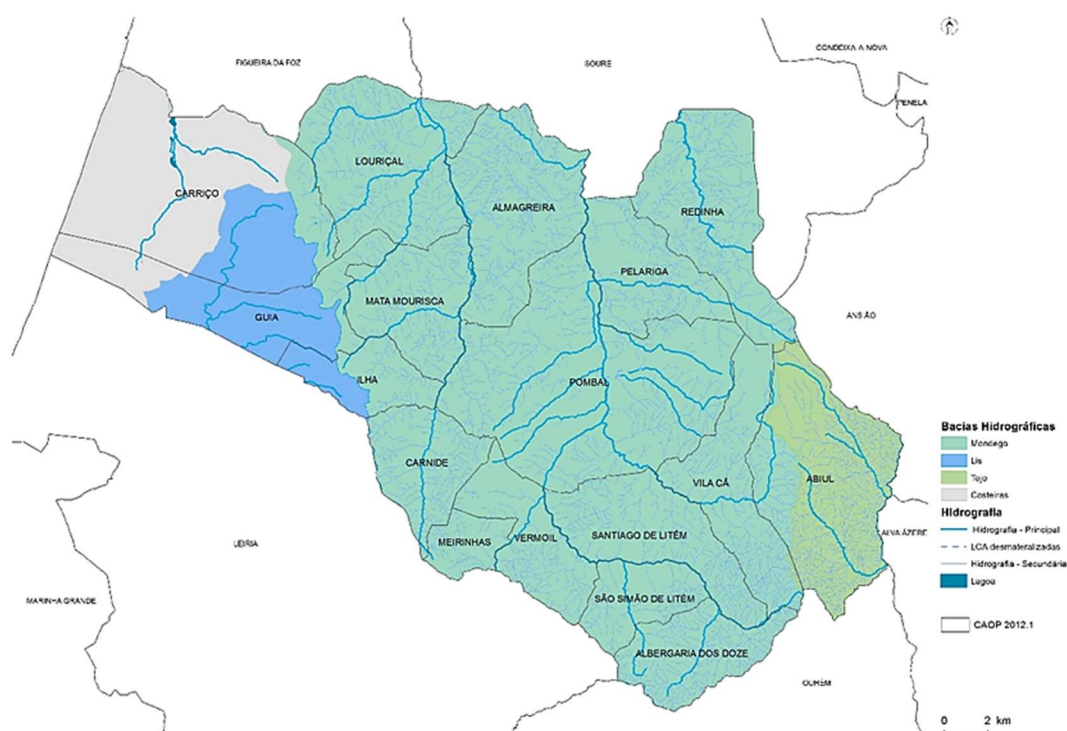


Figura 17. Rede hidrográfica e bacias hidrográficas no concelho de Pombal

Fonte: Município de Pombal, 1.ª Revisão do PDM de Pombal

No contexto climático, assiste-se a um predomínio do clima temperado mediterrânico, particularmente evidente no setor mais oriental do concelho, registando-se uma marcada influência atlântica na sua faixa ocidental que resulta numa maior pluviosidade. Recorrendo às normais climatológicas disponibilizadas pelo Instituto Português do Mar e da Atmosfera (IPMA) para o período 1971-2000¹⁵, a média da precipitação ao longo do ano varia entre 12,8mm (no mês de julho) e 126,8 mm (no mês de dezembro) e a temperatura média varia entre os 9,6°C e os 21,6°C. Deste modo, a temperatura média do ar ronda os 16°C, registando-se com alguma frequência temperaturas superiores a 30°C durante os meses mais quentes, principalmente no setor mais oriental do território, mantendo-se essas temperaturas mais amenas na sua faixa litoral.

No que diz respeito à diversidade e riqueza paisagística, a 1.ª Revisão do PDM de Pombal define quatro sistemas de paisagem distintos: serrano, mata, costeiro e húmido (Figura 18):

- **Sistema serrano** (maciço da Serra de Sicó, que inclui o Sítio de Importância Comunitária Sicó-Alvaiázere da Rede Natura 2000): sistema homogéneo da paisagem cársica que se caracteriza por uma elevada diversidade de habitats de grande importância, pela riqueza geomorfológica resultante das inúmeras formas de relevo cársicas observáveis no concelho (lapiás, dolinas, canhões flúvio-cársicos, penas, buracas e algares) e pela diversidade florística com vegetação mediterrânica característica dos solos calcários. De referir igualmente a própria morfologia do povoamento e do secular ordenamento dos

¹⁵ Foi utilizada como referência a estação meteorológica 107/Coimbra/Bencanta (a mais próxima de Pombal).

campos agrícolas, com os seus muros e montículos de pedra solta, as propriedades microclimáticas e microbiológicas deste sistema que contribuem para a existência de produtos endógenos de excelência (azeite, ervas aromáticas, queijo, vinho, mel, entre outros), assim como o elevado interesse histórico e arquitetónico de algum património edificado (civil e religioso) e do vasto património arqueológico.

- **Sistema mata** (povoamentos de folhosas autóctones e matos esclerófitos): sistema que inclui os espaços florestais (florestas, meios naturais e semi-naturais), com destaque para a diversidade florística existente no maciço de Sicó, a vegetação herbácea natural e dunar da Mata Nacional do Urso¹⁶ e as galerias ripícolas, essencialmente em São Simão de Litém, Vermoil e Santiago de Litém. Destaca-se a densa mancha de pinheiro bravo e pinheiro manso, embora a mesma tenha sofrido elevadas perdas após os grandes incêndios florestais de outubro de 2017.
- **Sistema costeiro** (Mata Nacional do Urso - corredor litoral; sistemas dunares; lagoas litorais e Vala da Lagoa de S. José): este sistema reúne importantes atributos associados ao turismo de natureza, às atividades ao ar livre e à realização de atividades de cariz desportivo, lúdico e científico.
- **Sistema húmido** (vale do Anços; vale do Arunca; vale da Ribeira de Carnide e vale da Ribeira de Nasce Água/Ribeira do Canto Catarino, Rio Nabão): sistema constituído por corredores ecológicos fundamentais no estabelecimento de conectividade na estrutura ecológica municipal, com elevado interesse paisagístico e propícios ao seu aproveitamento ao nível do turismo de natureza e a atividades de recreio, lazer e desportivas passíveis de serem desenvolvidas ao longo dos mesmos, sem colocar em causa a conservação da natureza e a preservação da biodiversidade aí encontrada.

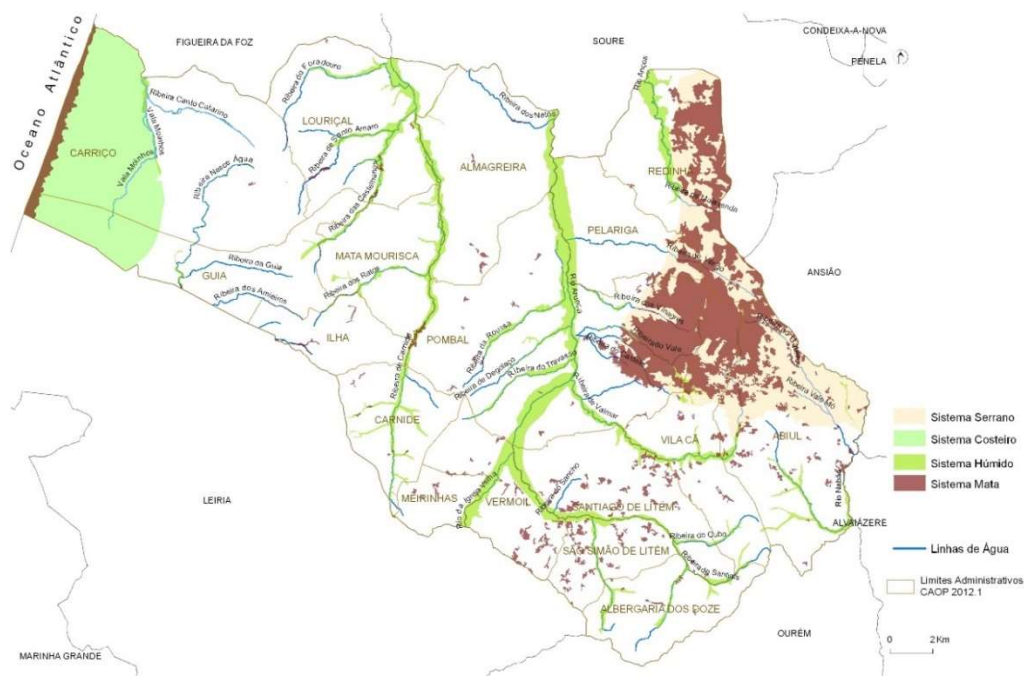


Figura 18. Sistemas de paisagem: serrano, mata, costeiro e húmido

Fonte: Município de Pombal, 1.ª Revisão do PDM de Pombal

¹⁶ Informação em www2.icnf.pt/portal/florestas/gf/regflo/resource/doc/mn-urso (acedido em outubro de 2019).

3.2 Contexto socioeconómico



DEMOGRAFIA

De acordo com os Censos 2011 (INE), residiam no concelho 55.217 habitantes, valor que, segundo as estimativas anuais, sofreu um acentuado decréscimo, estimando-se ser, em 2018, de 51.684 habitantes. No período entre 2001 e 2011, a população concelhia sofreu um decréscimo de -1,9%, valor que ascende a -6,4% entre 2011 e 2018.

Relativamente à distribuição da população residente pelas principais faixas etárias verifica-se, de acordo com as estimativas anuais da população residente para 2018, que a população residente em Pombal com 65 ou mais anos representa cerca de 24% da população total, um valor em linha com o verificado para a Região Centro e superior ao da Região de Leiria (23%) e à escala nacional (22%). Em oposição, a população com menos de 14 anos de idade representa cerca de 12% da população total. Este valor, analisado em conjunto com o referente à população entre os 15 e os 24 anos de idade, representava cerca de 23% da população total.

Do ponto de vista demográfico, regista-se uma **tendência de perda e envelhecimento populacional**¹⁷. Em 2018 estima-se um índice de envelhecimento de 207,6, valor consideravelmente superior aos 166,9 registados em 2011 e superior ao verificado às escalas sub-regional, regional e nacional. A tendência para a progressiva perda e o envelhecimento populacional no concelho manifesta-se, de acordo com os valores estimados para 2018, na redução de cerca de 3.500 residentes, assim como no aumento da proporção da população residente com 65 e mais anos e na diminuição da população jovem. Este contexto é igualmente visível pela análise de indicadores demográficos baseados em estimativas provisórias para 2018. O concelho de Pombal apresenta valores negativos nas taxas de crescimento natural (-0,75%) e de crescimento efetivo (-1,23%), verificando-se ainda uma taxa bruta de natalidade de 6,6‰ e uma taxa de mortalidade de 14,1‰. Estas dinâmicas demográficas recessivas têm implicações práticas em contextos específicos como a capacidade produtiva, a renovação das gerações ou mesmo nas estruturas sociais necessárias para prestar assistência à população.

¹⁷ Calculado através do quociente entre o número de pessoas com 65 ou mais anos e o número de pessoas com idades compreendidas entre os 0 e os 14 anos.

Tabela 1. Principais indicadores demográficos

Unidade territorial	População residente			População residente por grupos etários				Índice de envelhecimento		Densidade populacional	Taxa de crescimento natural	Taxa de crescimento efetivo	Taxa bruta de natalidade	Taxa bruta de mortalidade
				Até 14 anos	15 a 24 anos	25 a 64 anos	>65 anos							
	2001	2011	2018	2018				2011	2018	2018	2018	2018	2018	
	N.º	N.º	N.º	%	%	%	%	N.º	N.º	hab/km²	%	%	‰	‰
Portugal	10.356.117	10.562.178	10.276.617	13,7	10,6	53,8	21,8	127,6	159,4	111,4	-0,25	-0,14	8,5	11
Centro	2.348.397	2.327.755	2.216.569	12,2	10,3	53,2	24,3	160,7	199,2	78,6	-0,56	-0,66	7,2	12,8
Região de Leiria	288.630	294.632	284.492	12,8	10,6	53,9	22,7	139,1	177,5	116,2	-0,40	-0,64	7,7	11,8
Alvaiázere	8.438	7.287	6.626	9,4	9,2	49,3	32,2	297,4	343,7	41,3	-1,36	-1,26	5,5	19,2
Ansião	13.719	13.128	12.106	10,1	9,9	52,6	27,4	200,7	272,1	68,7	-1,04	-1,35	5,8	16,2
Batalha	15.002	15.805	15.840	13,4	11,2	54,6	20,8	119,4	154,7	153,2	-0,18	-0,08	8,4	10,2
Castanheira de Pera	3.733	3.191	2.650	8,0	9,1	46,9	36,1	295,1	453,6	39,7	-1,09	-1,42	5,2	16,1
Figueiró dos Vinhos	7.352	6.169	5.608	9,4	9,0	49,6	32,1	288	341,2	32,3	-1,54	-1,56	5,3	20,7
Leiria	11.9847	126.897	124.857	13,7	10,7	55,3	20,3	113	148,4	221	-0,13	-0,36	8,6	9,9
Marinha Grande	35.571	38.681	38.404	13,5	10,5	53,6	22,4	124,4	165,4	205,1	-0,23	-0,32	8,6	10,8
Pedrógão Grande	4.398	3.915	3.429	9,9	10,6	49,4	30,1	277,4	303,5	26,6	-1,77	-1,45	3,8	21,4
Pombal	56.299	55.217	51.684	11,9	10,6	52,9	24,6	166,9	207,6	82,6	-0,75	-1,23	6,6	14,1
Porto de Mós	24.271	24.342	23.288	12,5	11,1	53,6	22,9	137,6	183,2	88,9	-0,36	-0,72	7,1	10,8

Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação – Censos 2001 e 2011; Estimativas Anuais da População Residente, 2019

À escala das freguesias (Figura 19), a de Pombal, na qual se insere a cidade sede de concelho, evidencia-se enquanto principal centro urbano e económico, concentrando cerca de 31% da população concelhia e com um registo de aumento populacional entre 2001 e 2011, o que resulta numa variação positiva de 7,1%, tendência apenas acompanhada pela freguesia de Meirinhas (2,5%). As restantes freguesias registaram uma perda populacional no referido período intercensitário, com quebras mais significativas nas freguesias de Abiul (-11,7%), Redinha (-10,4%) e UF de Santiago, São Simão de Litém e Albergaria dos Doze (-8,7%), correspondendo a territórios com características de interioridade e ruralidade mais vincadas.

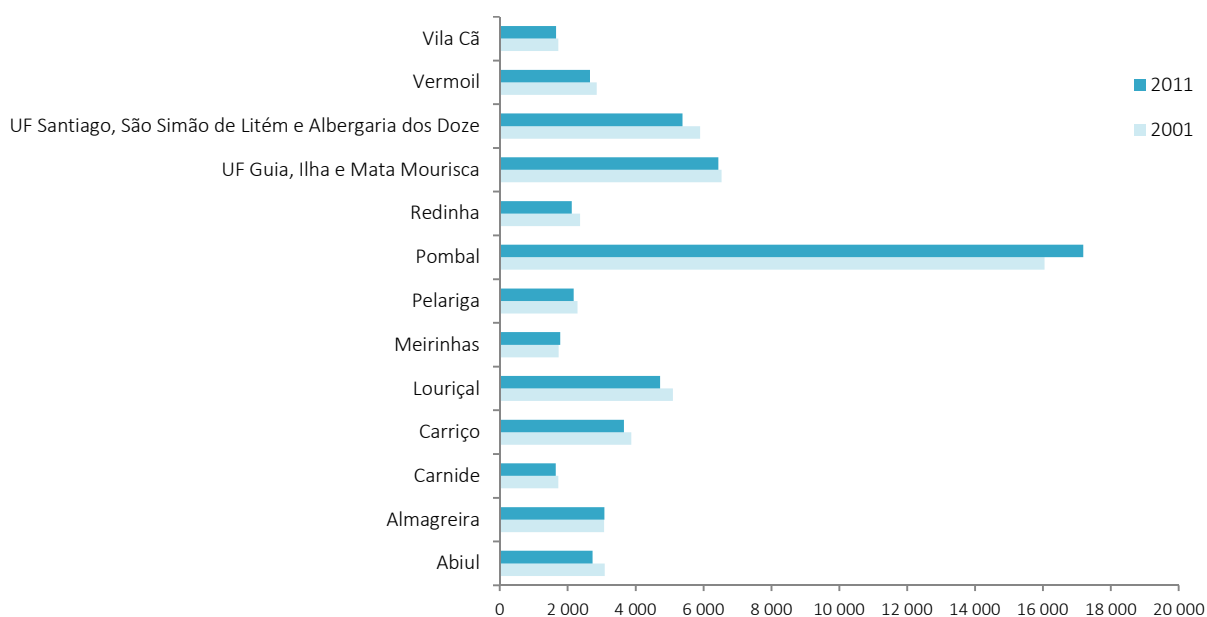


Figura 19. População residente por freguesia do concelho de Pombal

Fonte: INE, Recenseamento da População e Habitação – Censos 2001 e 2011

ECONOMIA E EMPREGO

O **tecido empresarial** constitui um dos elementos chave no desempenho económico de um território, através da criação de postos de trabalho, da dinamização dos locais onde se instalam e da criação de efeitos multiplicadores. De acordo com dados do INE de 2018, no concelho de Pombal estavam instaladas 6.225 empresas, correspondendo a 17,3% do total de empresas presentes na Região de Leiria e a 2,4% do total de empresas da Região Centro. Numa análise comparativa face aos restantes concelhos da Região de Leiria, verifica-se que apenas o concelho de Leiria possuía um quantitativo superior, com 16.863 empresas.

No que diz respeito aos dados de **emprego**, em 2018, registavam-se 18.856 pessoas ao serviço nas empresas instaladas no concelho de Pombal, correspondendo a 16,3% do número total de trabalhadores presentes na Região de Leiria e 2,6% do número total de trabalhadores da Região Centro. À semelhança dos restantes indicadores, quando comparado com os concelhos que compõem a Região de Leiria, verifica-se que Pombal

registava o segundo valor mais expressivo, apenas ultrapassado por Leiria (55.398 pessoas ao serviço). Para este valor muito contribuem as indústrias transformadoras (CAE C), o comércio por grosso e a retalho (CAE G), o setor da construção (CAE F), o setor dos transportes e armazenagem (CAE H) e o setor do alojamento, restauração e similares (CAE I), no total com mais de 70% dos postos de trabalho (Tabela 3).

Em termos de volume de negócios das empresas, Pombal apresenta um dos valores mais elevados da sua sub-região (1.580 milhões de euros), apenas inferior a Leiria e Marinha Grande, representando 14,8% do volume de negócios gerado na Região de Leiria e 2,4% da Região Centro, e um volume de negócios por empresa de 253 milhares de euros, sendo ainda de relevar um dos valores mais elevados no contexto sub-regional relativamente ao volume de negócios por trabalhador (83.796€), apenas inferior ao verificado nos concelhos de Marinha Grande, Leiria e Batalha.

Tabela 2. Principais indicadores das empresas, 2018

Unidade territorial	Empresas	Pessoal ao serviço das empresas	Pessoal ao serviço por empresa	Volume de negócios das empresas	Volume de negócios por empresa	Volume de negócios por trabalhador
	N.º	N.º	N.º	€	€	€
Portugal	1.278.164	4.060.451	3,2	396.679.490.869€	310.351€	97.693€
Centro	264.492	738.063	2,8	66.274.908.188€	250.574€	89.796€
Região de Leiria	36.047	115.806	3,2	10.706.033.122€	297.002€	92.448€
Alvaiázere	814	2.119	2,6	138.060.982€	169.608€	65.154€
Ansião	1.438	3.822	2,7	289.376.303€	201.235€	75.713€
Batalha	2.039	7.280	3,6	613.568.839€	300.917€	84.281€
Castanheira de Pera	257	647	2,5	27.754.352€	107.994€	42.897€
Figueiró dos Vinhos	577	1.072	1,9	84.900.678€	147.142€	79.198€
Leiria	16.863	55.398	3,3	5.510.214.566€	326.764€	99.466€
Marinha Grande	4.555	17.348	3,8	1.766.752.344€	387.871€	101.842€
Pedrógão Grande	413	847	2,1	43.350.258€	104.964€	51.181€
Pombal	6.225	18.856	3,0	1.580.048.119€	253.823€	83.796€
Porto de Mós	2.866	8.417	2,9	652.006.681€	227.497€	77.463€

Fonte: INE, Sistema de contas integradas das empresas, 2020

O concelho de Pombal, em consonância com as tendências verificadas a nível regional e nacional, tem vindo a registar uma progressiva terciarização da sua economia, embora o setor secundário continue a assumir uma preponderância assinalável, fruto da tradição industrial que se verifica neste território. Regista-se uma maior preponderância de empresas do setor terciário (67,6%), seguindo-se o setor secundário (25,8%) e o setor primário (6,5%). Comparativamente com a envolvente regional e com o panorama nacional, Pombal apresenta um peso mais expressivo do setor secundário, fruto da já referida tradição industrial do concelho e da vocação industrial atualmente existente.

Analisando com maior detalhe a **distribuição da classificação das atividades económicas (CAE)** (Tabela 3), o comércio por grosso e a retalho, reparação de veículos automóveis e motociclos (CAE G) possui a maior

representatividade numérica (20,5% das empresas são deste CAE), seguindo-se o setor da construção (CAE F) com 18,7%. Os setores das indústrias transformadoras (CAE C) e dos transportes e armazenagem (CAE H) também se destacam em termos de volume de negócios e de pessoal ao serviço como se mostra na mesma tabela.

Tabela 3. Número de empresas, volume de negócios e pessoal ao serviço, por atividade económica (Divisão - CAE Rev. 3), no concelho de Pombal, 2018

CAE ¹⁸	Empresas		Volume de negócios		Volume de negócios por empresa	Pessoal ao serviço		Pessoal ao serviço por empresa	Volume de negócios por trabalhador
	N.º	%	M€	%	€	N.º	%	N.º	€
A	393	6,3%	64.4M€	4,1%	163.911€	745	4,0%	1,9	86.466€
B	13	0,2%
C	417	6,7%	382.4 M€	24,2%	917.113€	3.802	20,2%	9,1	100.588€
D	22	0,4%	12.8 M€	0,8%	582.582€	28	0,1%	1,3	457.743€
E	8	0,1%	5.2 M€	0,3%	653.433€	115	0,6%	14,4	45.456€
F	1.162	18,7%	195.6 M€	12,4%	168.369€	3.578	19,0%	3,1	54.680€
G	1.278	20,5%	570.1 M€	36,1%	446.094€	3.765	20,0%	2,9	151.423€
H	199	3,2%	162.8 M€	10,3%	818.002€	1.764	9,4%	8,9	92.280€
I	391	6,3%	40.1 M€	2,5%	102.480€	1.010	5,4%	2,6	39.673€
J	42	0,7%	2.5 M€	0,2%	60.155€	77	0,4%	1,8	32.812€
L	166	2,7%	13.6 M€	0,9%	81.654€	218	1,2%	1,3	62.177€
M	517	8,3%	17.7 M€	1,1%	34.321€	787	4,2%	1,5	22.546€
N	569	9,1%	20.8 M€	1,3%	36.616€	750	4,0%	1,3	27.779€
P	245	3,9%	6.8 M€	0,4%	27.669€	495	2,6%	2,0	13.695€
Q	378	6,1%	20.8 M€	1,3%	55.101€	825	4,4%	2,2	25.246€
R	103	1,7%
S	322	5,2%	6.4 M€	0,4%	19.978€	453	2,4%	1,4	14.201€
Total	6.225	100%	1.580 M€	100%	--	18.856	100%	--	--

Legenda: ... dado confidencial

Fonte: INE, Sistema de contas integradas das empresas, 2020

Tendo em consideração o âmbito do presente projeto, importa analisar o **CAE I (Alojamento, restauração e similares)**, uma vez que é o que diretamente revela a capacidade/potencial de retenção de valor das dinâmicas turísticas.

De acordo com dados de 2018, existiam no concelho 391 empresas no CAE I - ramo de alojamento, restauração e similares. Comparativamente aos restantes concelhos da Região de Leiria (Tabela 4), Pombal apresenta o segundo valor absoluto mais expressivo de empresas relacionadas com o setor do alojamento e restauração,

¹⁸ A - Agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca; B - Indústrias extrativas; C - Indústrias transformadoras; D - Eletricidade, gás, vapor, água quente e fria e ar frio; E - Captação, tratamento e distribuição de água; saneamento, gestão de resíduos e despoluição; F - Construção; G - Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos; H - Transportes e armazenagem; **I - Alojamento, restauração e similares**; J - Atividades de informação e de comunicação; L - Atividades imobiliárias; M - Atividades de consultoria, científicas, técnicas e similares; N - Atividades administrativas e dos serviços de apoio; P - Educação; Q - Atividades de saúde humana e apoio social; R - Atividades artísticas, de espetáculos, desportivas e recreativas; S - Outras atividades de serviços.

apenas superado pelo concelho de Leiria, contudo a dinâmica e diversidade do seu tecido empresarial determina que o valor relativo não seja muito expressivo, representando apenas 6% do total de empresas, 2,5% do volume de negócios total (cerca de 40 milhões de euros) e 5,4% do total de postos de trabalho (1.010 pessoas).

A comparação com os restantes concelhos da Região de Leiria relativamente ao emprego gerado por este setor, mostra um cenário similar ao anteriormente expresso com o segundo maior valor absoluto da NUTS III, mas um dos valores relativos mais baixos. Novamente, a diversidade e dinâmica empresarial do concelho a ser a justificação para este cenário em que as atividades económicas diretamente ligadas ao turismo não têm uma preponderância expressiva. No entanto, em termos de volume de negócios gerado por empresa do setor do alojamento e restauração, Pombal apresenta um dos valores mais elevados da sua sub-região e superior à média para a Região de Leiria e Região Centro.

Tabela 4. Número de empresas, volume de negócios e pessoal ao serviço do CAE I “alojamento, restauração e similares” nos municípios da Região de Leiria, 2018

Unidade territorial	Empresas		Volume de negócios		Volume de negócios por empresa	Pessoal ao serviço		Pessoal ao serviço por empresa	Volume de negócios por trabalhador
	N.º	%	€	%		N.º	%		
Portugal	113.191	8,9%	14.860.666.964€	3,7%	131.288€	375.067	9,2%	3,3	39.621€
Centro	20.413	7,7%	1.840.082.596€	2,8%	90.143€	52.145	7,1%	2,6	35.288€
Região de Leiria	2.385	6,6%	244.330.820€	2,3%	102.445€	6.440	5,6%	2,7	37.940€
Alvaiázere	59	7,2%	3.058.232€	2,2%	51.834€	119	5,6%	2,0	25.699€
Ansião	105	7,3%	7.474.384€	2,6%	71.185€	204	5,3%	1,9	36.639€
Batalha	150	7,4%	14.807.305€	2,4%	98.715€	388	5,3%	2,6	38.163€
Castanheira de Pera	29	11,3%	1.537.545€	5,5%	53.019€	55	8,5%	1,9	27.955€
Figueiró dos Vinhos	63	10,9%	3.332.810€	3,9%	52.902€	95	8,9%	1,5	35.082€
Leiria	997	5,9%	130.217.347€	2,4%	130.609€	3.228	5,8%	3,2	40.340€
Marinha Grande	351	7,7%	32.146.675€	1,8%	91.586€	955	5,5%	2,7	33.661€
Pedrógão Grande	44	10,7%	2.160.500€	5,0%	49.102€	69	8,1%	1,6	31.312€
Pombal	391	6,3%	40.069.601€	2,5%	102.480€	1.010	5,4%	2,6	39.673€
Porto de Mós	196	6,8%	9.526.421€	1,5%	48.604€	317	3,8%	1,6	30.052€

Fonte: INE, Sistema de contas integradas das empresas, 2020

3.3 Contexto turístico



Parcerias e projetos



Capacidade instalada e recursos turísticos



Atividade turística



Comunicação do destino

PARCERIAS E PROJETOS À ESCALA LOCAL COM IMPACTO NO TURISMO

O Município de Pombal integra um conjunto de **programas/redes de cariz intermunicipal e regional** com impacto ao nível do desenvolvimento da atividade turística, nomeadamente:

Associação de Desenvolvimento Terras de Sicó



Pombal é um dos seis municípios que integram a **Associação de Desenvolvimento Terras de Sicó**, estando integrado nos projetos de desenvolvimento local, nomeadamente de cariz turístico, que esta desenvolve. Neste contexto destacam-se o projeto [Villa Sicó](#), cuja génese está associada ao Programa de Valorização Económica de Recursos Endógenos (PROVERE), criado para potenciar o património natural, o património cultural associado à romanização; o projeto “Sicó | a Dimensão Cultural de uma Paisagem Protegida de Âmbito Regional”, enquanto projeto que visa a classificação da Serra de Sicó como paisagem protegida; e o projeto “Rede das Aldeias do Calcário – RAC”, uma ação concertada no território de Sicó que visa a criação de um novo produto turístico em rede ancorado num recurso específico e modelador das características paisagísticas deste território, no qual se enquadram a aldeia de Poios e Aldeia do Vale, localizadas no concelho de Pombal.

[\[mais informação\]](#)

Comunidade Intermunicipal da Região de Leiria (CIMRL)

No contexto da **Comunidade Intermunicipal da Região de Leiria (CIMRL)**, Pombal tem vindo a integrar diversas iniciativas, a sua maioria integradas em projetos cofinanciados pelos FEEI. Destacam-se, no atual período de programação financeira (2014-2020), (i) a operação “[Produtos Turísticos da Região de Leiria](#)”, cofinanciada pelo FEDER através do Centro 2020, que integra o Festival Pombalino, promovido pela autarquia, (ii) a operação “[Região de Leiria – Rede Cultural](#)” e (iii) a operação “Património Natural – “Região de Leiria - Valorização do Património Natural (Terras de Maravilhas)” (em fase de análise), onde se integra o projeto municipal “Implementação de Percursos Pedestres/Trilhos e Rede *Geocaching* no Concelho de Pombal”.



[\[mais informação\]](#)

Associação Caminhos de Fátima (ACF)



Pombal integra a **Associação Caminhos de Fátima (ACF)**, que tem por objeto o fomento e a defesa dos Caminhos de Fátima, em todas as suas dimensões; a ajuda ao peregrino e/ou caminhante; e a defesa e promoção do património cultural dos Caminhos de Fátima. Neste sentido, esta associação disponibiliza informação sobre os traçados que já foram intervencionados, nomeadamente o Caminho do Centenário e a Rota Carmelita, com o objetivo de ampliar as condições de segurança dos peregrinos. Neste contexto, destaca-se a operação “Valorização dos Caminhos de Fátima”, cofinanciada pelo FEDER através do Norte 2020 e a operação “Valorização dos Caminhos de Fátima”, cofinanciada pelo FEDER através do Centro 2020, com o objetivo de apoiar uma estratégia regional de valorização dos territórios atravessados pela principal rota de peregrinação com destino a Fátima.

[\[mais informação\]](#)

Rede de Castelos e Muralhas do Mondego

No contexto da **Rede de Castelos e Muralhas do Mondego**, enquadrada por apoios FEDER do período de programação financeira 2007-2014 e promovida pela **Agência para o Desenvolvimento dos Castelos e Muralhas Medievais do Mondego**, da qual a autarquia de Pombal foi uma das fundadoras, Pombal integrou e beneficiou de vários projetos relacionados com a valorização do património e a animação cultural, destacando-se o financiamento de intervenções no Castelo de Pombal e área envolvente, o desenvolvimento de um conjunto de suportes promocionais e informativos ainda hoje disponíveis e o desenvolvimento de eventos culturais, dos quais é exemplo o projeto cultural “O Enredo”. De referir ainda o projeto "De Roma a Portugal: uma viagem de 1500 anos" que, à escala de 22 concelhos, procurou inventariar o património enquadrado entre o século II a.C. e o século XIV, isto é, entre o império romano e a afirmação de Portugal. Deste trabalho resultará uma publicação conjunta e a criação de eixos de visitação/itinerância turística, nos quais serão integrados os ativos patrimoniais do concelho de Pombal concordantes com a temática. No ano de 2020 encontra-se previsto o desenvolvimento de novas iniciativas, a saber: uma exposição itinerante de pintura da autoria de Bráulio Figo, o desenvolvimento da Grande Rota da Rede de Castelos e Muralhas do Mondego (ciclável e TT, com 360 km), a criação da brochura em braille para o castelo de Pombal e o lançamento de pequenas iniciativas teatrais (dedicadas ao público infantil e familiar) no âmbito dos monumentos da Rede..



[\[mais informação\]](#)

ARTEMREDE



O Município de Pombal é um dos 17 associados da ARTEMREDE, associação que desenvolve um projeto de cooperação cultural com 14 anos de atividade ininterrupta, agregando e fazendo interagir cidades com diferentes escalas, trabalhando a especificidade de cada território através do apoio à criação artística, à programação cultural em rede, à qualificação e formação e às estratégias de mediação cultural. O Manobras - Festival Internacional de Marionetas e Formas Animadas desenvolve-se em Pombal no âmbito deste projeto.

[\[mais informação\]](#)

Associação Cultural 7 Sóis 7 Luas

Rede Cultural constituída por 30 cidades de 10 países do mediterrâneo e do mundo lusófono (Brasil, Cabo Verde, Croácia, Eslovénia, Espanha, França, Tunísia, Itália, Marrocos e Portugal) da qual faz parte o Município de Pombal, promovida pela Associação Cultural 7 Sóis 7 Luas, que dinamiza, no âmbito de um projeto cofinanciado pelo programa Europa Criativa, o **Festival Sete Sóis Sete Luas**. Esta iniciativa engloba uma programação no âmbito da arte e música popular contemporânea, tendo como principais objetivos o diálogo intercultural, a mobilidade dos artistas e a criação de formas originais de produção artística.



[\[mais informação\]](#)

Decorrente destas parcerias e de uma aposta individual do Município na valorização e promoção da sua atividade e atratividade turística, destaca-se um conjunto de projetos implementados e perspetivados (Tabela 5) que concorre para essa crescente aposta.

Tabela 5. Projetos/ações implementados e perspetivados

Implementado
Acesso rodoviário à Praia do Osso da Baleia, acompanhado de ciclovia em toda a sua extensão – Estrada Atlântica
Estação de Biodiversidade de Vale de Poios
PROA – Projeto de Valorização da Praia do Osso da Baleia, conduzindo, entre outros projetos, à criação do Trilho da Baleia Verde
Projeto ECOMATUR I – Ecoturismo na Mata Nacional do Urso
Rede wifi centro histórico (Turismo de Portugal)
Requalificação do Castelo de Pombal
Descubra o Nosso Concelho a Caminhar
Filme promocional “Pombal Cinco Sentidos - O meu coração bate por Pombal”
Perspetivado
Abertura da nova frente de praia (Praia do Urso)
Apoio de Praia Completo Praia do Osso da Baleia
Área de Acolhimento de Autocaravanas a implementar na entrada da cidade de Pombal
Conservação e restauro do Património Integrado da Igreja do Convento do Santíssimo Sacramento no Lourçal – Pombal
Explore Sicó
Implementação de Bicicletas de Uso Partilhado - Pombike
Património Acessível – Natural e Cultural (Turismo de Portugal)

Ponte Suspensa sobre o Vale do Poio Novo
Projeto Conviver com a História – rota de visitação associada a figuras históricas
Projeto ECOMATUR II – Parque de Campismo Ecológico
Reconversão de antigos edifícios escolares em unidades de Alojamento Local
Requalificação do parque de merendas da praia do Osso da Baleia
Requalificação do parque de estacionamento e do troço da via de acesso à praia do Osso da Baleia
Valorização e recuperação do Sítio Arqueológico da Telhada

Fonte: Município de Pombal, 2019

Da recolha de informação sobre as várias apostas empreendidas pela autarquia, verificou-se não estarem disponíveis aferições de resultados de implementação dos projetos. Constatou-se também que muitas das iniciativas imateriais associadas a programas de financiamento têm um período de execução usualmente coincidente com o período de execução das respetivas candidaturas.

CAPACIDADE INSTALADA E RECURSOS TURÍSTICOS

Neste ponto apresenta-se uma análise da capacidade instalada no concelho de Pombal relativamente aos empreendimentos turísticos¹⁹, estabelecimentos de alojamento local²⁰ e agentes de animação turística, com recurso ao Sistema de Informação Geográfica do Turismo (SIGTUR)²¹. Seguidamente apresenta-se uma análise dos principais recursos com potencial de aproveitamento turístico no concelho de Pombal, incluindo os elementos patrimoniais naturais, paisagísticos, históricos, construídos e culturais, assim como os equipamentos e serviços de apoio à atividade turística, os eventos e as atividades de ativação e animação turística.

Empreendimentos turísticos e estabelecimentos de alojamento local

De acordo com os dados do RNT, no que diz respeito aos **empreendimentos turísticos**, no concelho de Pombal encontram-se registados:

- 4 estabelecimentos hoteleiros (2 com a categoria de duas estrelas e 2 com a categoria de três estrelas);
- 3 empreendimentos de turismo no espaço rural (2 na tipologia casa de campo e 1 agroturismo);
- 1 parque de campismo e caravanismo, com a classificação de três estrelas.

¹⁹ Consideram-se empreendimentos turísticos os estabelecimentos que se destinam a prestar serviços de alojamento, mediante remuneração, dispondo, para o seu funcionamento, de um adequado conjunto de estruturas, equipamentos e serviços complementares, ao abrigo do Regime Jurídico dos Empreendimentos Turísticos (RJET), onde se incluem as seguintes tipologias: estabelecimentos hoteleiros; aldeamentos turísticos; apartamentos turísticos; conjuntos turísticos (resorts); empreendimentos de turismo de habitação; empreendimentos de turismo no espaço rural; parques de campismo e de caravanismo.

²⁰ Consideram-se estabelecimentos de alojamento local as moradias, apartamentos e estabelecimentos de hospedagem e quartos que, dispondo de autorização de utilização, prestem serviços de alojamento temporário a turistas, mediante remuneração, mas que não reúnam os requisitos para serem considerados empreendimentos turísticos.

²¹ sigtur.turismodeportugal.pt/. O SIGTUR disponibiliza um conjunto de indicadores atualizados, calculados a partir dos dados da oferta turística constante do Registo Nacional de Turismo (RNT), relativos aos empreendimentos turísticos, estabelecimentos de alojamento local e agentes de animação turística, entre outros.

No seu conjunto, estes empreendimentos turísticos representam uma capacidade de alojamento para 421 camas, correspondendo a 147 quartos (Tabela 6).

Tabela 6. Empreendimentos turísticos no concelho de Pombal, 2019

Tipologia	Empreendimentos turísticos	Categoria	Capacidade	Quartos	Localização	Ano de Abertura
			N.º	N.º		
Estabelecimento hoteleiro	Cardal Hotel	***	68	37	Pombal	1986
	Hotel Pombalense	***	76	40	Pombal	2002
	Belém Hotel	**	50	26	Pombal	1985
	Hotel Lagoa do Linho	**	52	27	Guia	2007
Empreendimento de Turismo no Espaço Rural (TER)	Casa de campo	Quinta de São João	-	4	Redinha	2012
		Quinta do Alviar ²²	-	4	Mata Mourisca	2015
	Agroturismo	Acquavilla	-	9	Pombal	2015
Parque de Campismo e/ou Caravanismo	Parque de Campismo “O Tamanco”	***	140	0	Carriço	-
Total			421	147		

Fonte: SIGTUR - Turismo de Portugal, novembro 2019

Os empreendimentos turísticos presentes em Pombal oferecem um conjunto relativamente diversificado de serviços, embora em número limitado. Dois estabelecimentos dispõem de salas para reuniões, dois dispõem de piscina exterior e dois dispõem de serviço de restauração, não se verificando a existência de SPA, piscinas interiores, ginásio ou outro tipo de comodidades.

Cardal Hotel (***)estrelas | quartos: 37 | capacidade: 68



Situado no centro da cidade de Pombal, no Largo do Cardal e junto ao centro histórico, o Cardal Hotel dispõe de capacidade para 68 hóspedes e apresenta diversas tipologias de quartos com todas as comodidades, sala para reuniões e eventos, serviço de bar e cafetaria, terraço panorâmico e rápida e fácil acessibilidade pedonal aos pontos de interesse da cidade e acessibilidade rodoviária a outros pontos do concelho.

Hotel Pombalense (***)estrelas | quartos: 40 | capacidade: 76



Localizado na área adjacente à estação ferroviária de Pombal e a escassos minutos do centro histórico, este hotel apresenta capacidade para 76 hóspedes em várias tipologias de quarto com casa de banho privativa, ar condicionado, rede *wifi*, entre outras comodidades. Dispõe ainda de serviço de restauração, de salas polivalentes para a organização de eventos e de atividades de promoção turística da região.

²² De acordo com informação presente na plataforma do Registo Nacional de Turismo (rnt.turismodeportugal.pt/RNT/ConsultaRegisto.aspx) referente a dezembro de 2019, o processo de registo deste estabelecimento encontra-se em fase de análise pelo Turismo de Portugal, I.P.

Belém Hotel (** estrelas | quartos: 26 | capacidade: 50)



Localizado no centro da cidade de Pombal, na proximidade à estação ferroviária e aos principais serviços da cidade, este hotel tem capacidade para 50 hóspedes, dispendo de várias tipologias de quartos, de centro de negócios, estacionamento gratuito, serviço de aluguer de bicicletas, hidromassagem, lavandaria, entre outros, num espaço moderno e acolhedor.

Hotel Lagoa do Linho (** estrelas | quartos: 27 | capacidade: 52)



Localizado próximo da vila da Guia, na EN 109, este hotel apresenta 27 quartos de várias tipologias e capacidade para 52 hóspedes, dispendo de serviço de restauração, de áreas de jardim e de excelentes acessibilidades a Leiria, Pombal, Figueira da Foz e à A17.

Quinta de São João (TER | quartos: 4 | capacidade: 9)



Localizado na aldeia de Poios, na freguesia de Redinha, esta é uma unidade de TER composta por três casas com casa de banho privativa e com possibilidade de confeção de refeições. Oferece ainda uma piscina, zona de churrasco, estacionamento, jardim, horta ecológica, assim como acesso a atividades relacionadas com a escalada, parapente, BTT, pedestrianismo, passeios de burro/cavalo, massagens, entre outros.

Quinta do Alviar (TER | quartos: 4 | capacidade: 8)



Localizada na Mata Mourisca a 15 minutos do centro da cidade de Pombal, esta unidade de TER tem capacidade para 8 hóspedes que terão acesso a pátios e jardins da casa, a quartos *suites* com cama de casal *king size*, a sala de refeições e a salão com área de leitura, dispendo ainda de sala de reuniões para 20 pessoas. Tem acesso à internet, serviço de lavandaria e desenvolve atividades relacionadas com percursos pedestres, passeios de bicicleta e automóvel antigo, horta biológica e parque pedagógico animal.

Acquavilla (AT | quartos: 9 | capacidade: 18)



Localizado na freguesia de Pombal, a cerca de 10 minutos do centro da cidade, esta unidade de TER, de arquitetura arrojada, que alia o moderno ao tradicional, dispõe de nove quartos com dimensões variadas, área de jardim, serviço de refeições e atividades e serviços diversos como passeios a pé e de bicicleta, biblioteca, massagens, atividades ao ar livre e comodidades para churrascos e atividades em família.

Parque de Campismo “O Tamanco” (***) estrelas | capacidade: 140)



Localizado a cerca de 5 minutos da vila de Louriçal e na proximidade ao nó de acesso à A17, este é um espaço que prima pela originalidade e inovação, baseado em conceitos de sustentabilidade ambiental, de comunhão com a natureza e envolto num ambiente relaxado e familiar. Dispõe de espaço para caravanas devidamente infraestruturado, assim como diversas tipologias de alojamento, serviço de restauração, *wifi* e diversos serviços e atividades de lazer, culturais e desportivas.

Relativamente aos estabelecimentos de alojamento local (AL), de acordo com dados do RNT, encontram-se registados 43 no concelho de Pombal, 22 dos quais correspondem a imóveis anteriores a 1951. Quanto à tipologia do imóvel, 6 correspondem a apartamentos, 11 a estabelecimentos de hospedagem e 26 a moradias. No seu conjunto, dispõem de uma capacidade para 452 hóspedes (apresentam 265 camas e 205 quartos), verificando-se uma maior densidade nas freguesias de Pombal (15 unidades), Redinha (7 unidades) e UF de Guia, Ilha e Mata Mourisca (5 unidades).

Tabela 7. Estabelecimentos de Alojamento Local no concelho de Pombal, 2019

Tipologia	Estabelecimentos	Capacidade	Quartos	Camas
	N.º	N.º	N.º	N.º
Moradia	26	198	93	110
Estabelecimento de Hospedagem	11	212	97	131
Apartamento	6	42	15	24
Total	43	452	205	265

Fonte: SIGTUR - Turismo de Portugal, novembro 2019

Em síntese, a análise à capacidade instalada nos empreendimentos turísticos (que inclui estabelecimentos hoteleiros, empreendimentos de turismo no espaço rural e parques de campismo/caravanismo) e nos estabelecimentos de alojamento local, permite quantificar uma **capacidade de alojamento total para 873 hóspedes**, correspondente a 352 quartos, com uma elevada representatividade do AL na capacidade total de alojamento do concelho (Tabela 8).

Tabela 8. Capacidade de alojamento (n.º) e quartos (n.º) nos empreendimentos turísticos e estabelecimentos de alojamento local presentes em Pombal, 2019

Tipologia	Estabelecimentos	Capacidade	Quartos
	N.º	N.º	N.º
Hotéis	4	246	130
Turismo em Espaço Rural (TER)	3	35	17
Parques de Campismo/Caravanismo	1	140	n.a.
Alojamento Local	43	452	205
Total	51	873	352

Fonte: SIGTUR - Turismo de Portugal, novembro 2019

Agentes de animação turística

Complementarmente à oferta de alojamento, a oferta de atividades de animação turística é também uma dimensão importante na demanda de afirmação de um destino. Também neste âmbito, o SIGTUR, associado ao RNT, disponibiliza informação relevante sobre os agentes de animação turística presentes no concelho de Pombal.

Da análise destes dados, que se apresentam na Tabela 9, verifica-se a existência de sete agentes de animação turística, dos quais, dois estão registados como operadores marítimo turísticos e cinco como empresas de animação turística.

Estes agentes têm a sua atividade focada, essencialmente, na prestação de serviços direcionados para a fruição do património natural do concelho, através da organização de atividades de observação de fauna e flora, rotas geológicas, caminhadas em percursos interpretativos, atividades de turismo ao ar livre, experiências radicais, passeios em todo o terreno, o aluguer ou utilização de pequenas embarcações e observação de cetáceos, entre outras atividades sustentadas nos recursos e património natural, embora também desenvolvam serviços relacionados com o património cultural através de rotas temáticas e outros percursos de descoberta do património cultural, gastronómico, museológico, entre outros.

Tabela 9. Agentes de animação turística em Pombal, 2019

Tipologia	Agente ²³	Data de registo	Atividades desenvolvidas
Empresa de Animação Turística (EAT)	V-Fly Unipessoal Lda	2015-02-11	Ar livre/natureza e aventura: <ul style="list-style-type: none"> Experiências de paraquedismo.
	Zayne Dagher	2019-04-04	Ar livre/natureza e aventura: <ul style="list-style-type: none"> Passeios em todo o terreno (moto, moto4 e viaturas 4x4, <i>kartcross</i> e similares).
	Klasse Rei Unipessoal, Lda	2018-03-21	Cultural/Tour paisagístico e cultural: <ul style="list-style-type: none"> Rotas temáticas e outros percursos de descoberta do património (Rota do Megalitismo, do Romano, do Românico, do Fresco, Gastronómicas, de Vinhos, de Arqueologia Industrial).
	Rui Pedro Fonseca Rua	2014-10-01	Ar livre/natureza e aventura: <ul style="list-style-type: none"> Atividades de orientação (percursos, <i>geocaching</i>, caças ao tesouro e similares); Atividades de <i>Teambuilding</i> (quando incluam atividades de turismo de ar livre); Caminhadas e outras atividades pedestres; Outras atividades de turismo de ar livre; <i>Paintball</i>, tiro com arco, besta, zarabatana, carabina de pressão de ar e similares. Cultural/Tour paisagístico e cultural: <ul style="list-style-type: none"> Atividades e experiências de descoberta do Património Etnográfico (participação em atividades agrícolas, pastoris, artesanais, enogastronómicas e similares, por exemplo vindima, pisar uva, apanha da azeitona, descortiçar do sobreiro, plantação de árvores, ateliers de olaria, pintura, cestaria, confeção de pratos tradicionais, feitura de um vinho). Atividades que se desenvolvam exclusivamente em ambiente urbano (percursos pedestres e visitas a museus e monumentos). Jogos populares e tradicionais
	Vasco André Gameiro Dinis Faleiro	2019-04-17	Ar livre/natureza e aventura: <ul style="list-style-type: none"> Atividades de turismo de ar livre. Cultural/Tour paisagístico e cultural: <ul style="list-style-type: none"> Percursos pedestres e visitas a museus, monumentos, rotas temáticas e outros percursos de descoberta do património.

²³ De acordo com informação prestada pelo Município, apenas os operadores Rui Pedro Fonseca Rua e Zayne Dagher operam no concelho, não havendo informação sobre os restantes operadores. No entanto, de acordo com o RNT/Turismo de Portugal, os mesmos encontram-se registados no concelho de Pombal.

Operador Marítimo Turístico (OMT)	Jennifer Subtil	2018-12-07	Marítimo turísticas: ▪ Aluguer de embarcações com e sem tripulação, observação de cetáceos e similares, passeios marítimo-turísticos e outros serviços de natureza marítimo-turística.
	Pedro Alexandre Martins de Carvalho	2018-11-27	Marítimo turísticas: ▪ Aluguer de embarcações sem tripulação e passeios marítimo-turísticos.

Fonte: SIGTUR - Turismo de Portugal, novembro 2019

De acordo com o Turismo de Portugal, através da plataforma SIGTUR/RNT, existem 16 agentes de viagens e turismo no concelho de Pombal (Tabela 10), incluindo quer os registados no concelho, quer as agências que aí dispõem de balcões.

Tabela 10. Agentes de viagens e turismo em Pombal, 2019

N.º de registo	Data do registo	Denominação	Marcas	Morada (Localidade)
2065	03/06/2011	Agência de Viagens D. João V, Lda.		Louriçal
4502	26/03/2014	Arunca Viagens e Turismo, Lda		Pombal
2281	03/06/2011	BTTB, Unipessoal, Lda.	B the Travel Brand	Lisboa
1944	03/06/2011	Capitaltur - Viagens e Turismo, Lda.		Leiria
1909	03/06/2011	Costa de Prata - Agência de Viagens e Turismo, Lda.		Pombal
5243	13/03/2015	Door Travel, Lda.		Pombal
1978	03/06/2011	Graçatur - Agência de Viagens e Turismo, Lda.		Pombal
2575	03/06/2011	Júlia Liberal - Viagens e Turismo, Unipessoal, Lda.		Pombal
4438	27/02/2014	Silhuetatropical, Lda.		Pombal
4348	07/01/2014	Travel Europe Madeira, Lda.		Funchal
7584	23/01/2018	Trilhóbvio-Viagens e Turismo, Lda.	Q' VIAGEM!	Guia Pbl
2432	03/06/2011	Trópico - Viagens e Turismo, Unipessoal, Lda.		Pombal
2278	03/06/2011	Turilux - Viagens e Turismo, Lda.		Meirinhas
1702	03/06/2011	Viagens Abreu, S. A.		Porto
2709	03/06/2011	Viagens Lunar, Lda.		Pombal
3366	10/04/2012	YOYO - Viagens e Turismo Lda.		Pombal

Fonte: SIGTUR - Turismo de Portugal, novembro 2019

Recursos turísticos

Este ponto apresenta uma análise dos principais recursos com potencial de aproveitamento turístico no concelho de Pombal, incluindo os elementos patrimoniais naturais, paisagísticos, históricos, construídos e culturais, assim como os equipamentos e serviços de apoio à atividade turística, os eventos e as atividades de ativação e animação turística, de acordo com os seguintes temas:

 <p>Património Natural</p> <ul style="list-style-type: none"> • Praias e Orla Costeira • Mata Nacional do Urso • Maciço Calcário de Sicó • Áreas Verdes e Parques de Lazer 	 <p>Património Cultural (Imaterial e Material)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marquês de Pombal e outras figuras marcantes • Lendas e História • Património edificado classificado e outros edifícios de interesse (Castelo de Pombal, Convento do Lourçal) • Núcleos históricos e tradicionais 	 <p>Artesanato, Gastronomia e Produtos Locais</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diversidade e riqueza gastronómica • Doçaria tradicional • Produtos locais (queijo, azeite, mel, cabrito e borrego, tortulho) • Artesanato em Bracejo da Ilha
 <p>Eventos e Festividades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eventos Culturais, Tradicionais e Económicos (Festas do Bodo, Mercado Medieval, Festival Pombalino, Feira Nacional de Artesanato, Encontro de Literatura Infanto-Juvenil, entre outros) • Eventos Desportivos (<i>Trail Running</i>, Corrida do Bodo, Corrida dos Gambuzinos, Campeonatos Nacionais em Pista Coberta, provas BTT, entre outros) 	 <p>Equipamentos e serviços turísticos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Castelo, Museus (Marquês de Pombal e de Arte Popular Portuguesa, Etnográfico de Almagreira e Redinha, Museu de Arte Sacra, em Abiul e Núcleo Museológico João de Barros, em Vermoil) • Salas de Espetáculos, de eventos e de exposições (Expocentro, Teatro Cine, Auditório Municipal, Centro Cultural de Pombal, Casa da Cultura de Santiago de Litém) • Posto de Turismo, Estrada Atlântica, Explore Sicó, Panorâmico Aquaparque • Infraestruturas desportivas 	 <p>Rotas e Percursos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pedestrianismo, BTT, <i>Trail Running</i>, <i>Geocaching</i> • Rotas históricas e culturais • Grande Rota 26 – GR26 • Caminhos de Fátima
<p>Elementos âncora</p>		
<p>Maciço de Sicó, Orla Costeira, Mata Nacional do Urso, património edificado classificado – Castelo de Pombal</p>	<p>Diversidade de eventos culturais e desportivos enquanto elementos de ativação turística – possibilidade de organização em contexto de pacotes/produtos turísticos</p>	<p>Diversidade de recursos turísticos que importa capitalizar, com enfoque no património natural, mas também histórico (Marquês de Pombal)</p>



PATRIMÓNIO NATURAL

A paisagem diversificada e multifacetada, cujas características foram sucintamente apresentadas no ponto 3.1, constitui *per si* um elemento de interesse turístico potencial devido à elevada biodiversidade que comporta e à diversidade geomorfológica complementada pelo contexto natural, patrimonial e humano que define o território concelhio. Ao nível do património natural, palco para atividades relacionadas com o turismo de natureza, o turismo de aventura, o lazer, o desporto e o *touring* cultural e paisagístico, destacam-se os seguintes elementos:

Praias e Orla Costeira²⁴

Dispondo de uma linha de costa com uma extensão de aproximadamente 10km, o concelho de Pombal tem aí um recurso fundamental ao nível da valorização turística e da capacidade de atração e diferenciação do território. Para além da riqueza e biodiversidade do património natural associado à orla costeira, assume especial importância num contexto de valorização turística a **Praia do Osso da Baleia** (Figura 20).

Classificada como Praia Dourada, enquanto praia equipada de uso condicionado e associada a sistemas naturais sensíveis, a Praia do Osso da Baleia conta com os galardões Bandeira Azul (desde 2004) e Praia Acessível (desde 2005), atestando a boa qualidade das suas águas e acesso universal, respetivamente. Esta praia faz parte da área de intervenção do Programa de Orla Costeira Ovar – Marinha Grande (POC-OMG).

Localizada na freguesia de Carriço, em plena Mata Nacional do Urso, no extremo ocidental do concelho, esta praia, à qual se associa um sistema dunar de elevada importância, encontra-se num estado quase selvagem, observando fortes restrições em termos de edificação e usos permitidos. Aqui encontra-se um apoio de praia constituído por bar e esplanada, duches exteriores, instalações sanitárias, posto de socorro e estacionamento para bicicletas.



Figura 20. Praia do Osso da Baleia

Fonte: Município de Pombal e SPI, 2019

²⁴ A utilização da Orla encontra-se condicionada e integrada em “Zona terrestre de proteção - Faixa de proteção costeira e margem das águas do mar” e “Faixa de Salvaguarda à erosão costeira e ao galgamento de inundação marítima”, pelo que os usos e ações carecem de parecer da tutela.

Em fase de projeto encontram-se propostas que visam dotar e valorizar a Praia do Osso da Baleia de melhores condições de visitação, sem comprometer as suas características naturais únicas. Destaca-se o projeto de requalifica o do parque de merendas (módulo de casas de banho, mesas e cadeiras, caixotes de lixo, locais de estacionamento, áreas pedonais e de lazer) e a interven o ao nível do estacionamento e vias de acesso   praia, recorrendo a pavimentos semipermeáveis, a zonas de sombreamento com recurso a novas espécies arbóreas e   delimita o da circula o pedonal com liga o organizada e estruturada   via asfaltada, onde termina a Estrada Atlântica. Destaca-se ainda o projeto de melhoria das acessibilidades na Praia do Osso da Baleia através da requalifica o das infraestruturas e equipamentos para pessoas com mobilidade reduzida ou condicionada (instala o de percurso pedonal acessível no areal; equipamentos anfíbios e/ou de passeio no areal) e a implementa o de sistema de identifica o de cor para dalt nicos (sinalética inclusiva).

Já em fase de desenvolvimento encontra-se a abertura de uma nova frente de praia, a sul da Praia do Osso da Baleia, a designar como **Praia do Urso**. Este projeto em curso contempla as instala es de apoio balnear e a implementa o de passadiços em madeira, com o objetivo de aumentar a capacidade de resposta aos turistas/visitantes durante a época balnear através da oferta de um produto diferenciado e específico, mantendo a classifica o como praia selvagem.

Mata Nacional do Urso

As origens da Mata Nacional do Urso (MNU) remontam ao reinado de D. Afonso III (século XIII), com o objetivo de preservar as dunas e travar o avanço das areias para áreas de cultivo, numa mancha predominantemente constituída por pinheiros (nomeadamente, o pinheiro-bravo) e caracterizada por uma elevada riqueza e diversidade faunística e florística. Integrada em área de Reserva Ecológica Nacional e submetida ao Regime Florestal total, com o natural "condicionamento da floresta o e da expansão urbano-turística", numa extensão de 6.102 ha, 4.517 ha dos quais localizados no concelho de Pombal, a MNU integra o antigo Pinhal do Urso e as dunas compreendidas entre Pedrógão e a Leirosa, numa extensão do Pinhal de Leiria. Desenvolve-se numa extensão de 10 km ao longo da orla costeira e numa faixa de 6 km do litoral para o interior do território, abrangendo parte da freguesia do Carriço e UF da Guia, Ilha e Mata Mourisca, prolongando-se a norte, para a freguesia da Marinha das Ondas, já no concelho da Figueira da Foz, e a sul, para a freguesia de Coimbr o, no concelho de Leiria.



Figura 21. Mata Nacional do Urso

Fonte: Município de Pombal, *online*, outubro 2019

Para além da sua função primordial relacionada com a proteção dunar, a MNU apresenta características que a tornam um recurso natural de elevado interesse e potencial turístico, nomeadamente ao nível do turismo de natureza e do desenvolvimento de atividades de lazer e desportivas. No reforço desse papel lúdico, associado ao património natural que lhe serve de suporte, merecem destaque diversas lagoas existentes ao longo da Mata (embora, no caso da Lagoa de São José, tenha ficado seriamente comprometida após os incêndios de outubro de 2017) enquanto valores naturais sensíveis à perturbação humana, sendo áreas de proteção, assim como os imensos trilhos e aceiros propícios ao pedestrianismo e ao BTT. A MNU foi ainda beneficiada com a construção da Estrada Atlântica, que contempla uma ciclovia que liga o litoral do distrito de Leiria e permite a melhoria do acesso à Praia do Osso da Baleia e a outros pontos de interesse na área da Mata no concelho de Pombal.

Enquanto área florestal do domínio privado do Estado, a MNU possui um [Plano de Gestão Florestal \(PGF\)](#), apresentado em março de 2011, em cumprimento do n.ºs 1 e 2 do artigo 20.º do [Decreto-Lei n.º 16/2009, de 14 de janeiro](#)²⁵, encontrando-se em curso até 2026. O PGF é um instrumento de administração de espaços florestais que, de acordo com as orientações definidas no Plano Regional de Ordenamento Florestal (PROF), determina, no espaço e no tempo, as intervenções de natureza cultural e de exploração dos recursos, visando a produção sustentada dos bens e serviços por eles proporcionado e tendo em conta as atividades e os usos dos espaços envolventes. A Mata Nacional do Urso integra o [PROF Centro Litoral](#), recentemente republicado em alinhamento com a visão definida pela Estratégia Nacional para as Florestas e assumindo os princípios da Lei de Bases da Política Florestal, que estabelece os seguintes objetivos a ter em consideração para a conservação de habitats e em sintonia com as funções de proteção, produção e recreios:

- Aumentar o rendimento potencial da exploração florestal.
- Diminuir a perigosidade de incêndio florestal na componente associada ao ordenamento de cada sub-região homogénea (SRH), tendo em conta a orientação da resposta nacional aos incêndios de 2017 e as consequências desses incêndios em cada uma das SRH.
- Contribuir para a conservação do solo e da água em geral e em particular para a conservação da água nas bacias das albufeiras de águas públicas.
- Contribuir para a conservação da natureza e da biodiversidade, em particular para os objetivos de conservação das áreas classificadas.
- Aumentar a superfície média das áreas de gestão florestal, aumentando a superfície sob gestão conjunta.
- Promover sistemas florestais articulados com o ordenamento cinegético e silvopastoril.
- Promover o aproveitamento do mel, das plantas aromáticas e medicinais e dos cogumelos no quadro dos sistemas de exploração florestal.
- Promover a utilização turística dos espaços florestais.

²⁵ O Decreto-Lei n.º 16/2009, de 14 de janeiro, aprova o regime jurídico dos planos de ordenamento, de gestão e de intervenção de âmbito florestal.

- Melhorar a gestão e aumentar o apoio técnico aos proprietários e gestores florestais, com base no desenvolvimento da extensão florestal.

Na [Portaria n.º 56/2019, de 1 de fevereiro](#), referente à republicação o PROF, observa-se que a Mata Nacional do Urso deixou de estar classificada como mata modelo, enquanto espaço para o desenvolvimento e demonstração de práticas silvícolas. Relativamente às SRH que a Mata Nacional do Urso integra, i.e. a SRH Gândaras Sul e a SRH Dunas Litorais e Baixo Mondego, este documento estabelece a implementação e o desenvolvimento das funções de (a) produção, (b) proteção e (c) silvopastorícia, caça e pesca nas águas interiores, e identifica as espécies florestais a privilegiar.

No entanto, apesar do seu forte potencial, os recursos e valências da MNU foram severamente comprometidos na sequência dos incêndios florestais de outubro de 2017 e da tempestade Leslie ocorrida em outubro de 2018 que, para além de danos irreparáveis que causaram no património natural, com a perda de milhares de hectares de área florestal, incluindo árvores classificadas, e de todo o ecossistema aí presente, representou um claro retrocesso para a estratégia de valorização da área, nomeadamente no contexto turístico. A este nível destaca-se a destruição do Trilho da Lagoa de São José e parte do Trilho da Baleia Verde, e a necessidade de adiar o projeto Ecomatur II, um projeto de ecoturismo baseado no turismo de natureza, que engloba a construção de um parque de campismo ecológico e a recuperação e reabilitação de casas da Guarda.

Na sequência dos incêndios florestais de 2017, e de acordo com o referenciado no PROF, encontra-se em elaboração o Plano de Recuperação das Matas Públicas do Litoral, considerando que as áreas afetadas, onde se inclui a Mata Nacional do Urso, têm especificidades de ordenamento que advêm do seu valor cultural e simbólico que serão seguramente ponderados em conjunto com as características ambientais e de aptidão produtiva.

Maciço Calcário de Sicó

O Maciço Calcário de Sicó, que abrange parte do concelho de Pombal, integra a Rede Natura 2000 enquanto parte do Sítio Sicó/Alvaiázere (PTCON0045²⁶), classificado ao abrigo da diretiva habitats, e abrange um conjunto pouco elevado de serras e planaltos calcários, integrando um património geomorfológico intimamente relacionado com os processos de construção cársica da paisagem que lhe conferem um cunho *sui generis*. Possui uma elevada diversidade de habitats associados ao substrato calcário e constitui-se como uma das áreas mais importantes para a conservação da flora calcícola²⁷.

A Serra de Sicó, cujo seu ponto mais alto está situado no concelho de Pombal, a 553 metros de altitude, é um dos melhores exemplos de paisagem cársica da região, dando o nome a todo o Maciço Calcário, sendo a mais alta do seu bloco ocidental. Aqui encontram-se um vasto e diversificado património geomorfológico, onde é visível um conjunto assinalável de formas cársicas, como campos de lapiás, dolinas, exurgências e cavidades subterrâneas (algar, lapa e buraca), que configuram uma área com um elevado interesse e procura por parte da

²⁶ natura2000.eea.europa.eu/?query=Natura2000Sites_9883_0,SITECODE,PTCON0045 e natura2000.eea.europa.eu/Natura2000/SDF.aspx?site=PTCON0045 (acedido em outubro de 2019).

²⁷ Idem e www2.icnf.pt/portal/pn/biodiversidade/rn2000/resource/doc/sic-cont/sico-alvaiazere (acedido em outubro 2019).

comunidade ligada à espeleologia e arqueologia. Neste âmbito destacam-se as seguintes formações geológicas associadas à espeleologia:

Tabela 11. Características associadas à atividade de espeleologia

Designação	Descrição
Gruta de Santa Maria da Estrela	Esta gruta durante muito tempo foi a maior cavidade do maciço. Esta cavidade tem cerca de 200 metros de galerias. Este local é um importante abrigo para a hibernação de morcegos.
Algar das Quintas	O Algar das Quintas tem uma profundidade de cerca de 75 metros e possui ainda um poço de 60 metros.
Olhos d'Água de Anços	É o local da nascente do Rio Anços e é a cavidade mais importante do maciço da Sicó. A cavidade subaquática é conhecida até 63 metros de profundidade e é um dos grandes sistemas da Serra Sicó ainda por desvendar.
Algar do Burro	É uma cavidade com 45 metros de profundidade e possui no seu interior umas das maiores formações litoquímicas de Portugal, uma coluna encostada à parede com 30 metros de altura.
Algar da Ervilha	Tem uma profundidade de 52 metros e 150 metros de galerias. É a cavidade mais importante do Vale de Ereiras, onde existe a maior concentração de cavidades do maciço, 40 algares em 4km ² .
Algar da Lagoa	É a maior sala subterrânea do maciço, com uma área de 2 000m ² e uma profundidade de 48 metros. É um importante abrigo de morcegos.
Abismo da Sicó	É a cavidade mais profunda do maciço, com 107 metros de profundidade e foi a primeira a ultrapassar a mítica barreira dos 100 metros. Possui também a maior vertical do maciço e umas das maiores conhecidas em Portugal, com 85 metros.
Algar do Sancho	É a segunda cavidade mais profunda conhecida no maciço, com 85 metros. É também um dos mais belos algares do maciço. A sucessão de poços e passagens aéreas a 40 metros do solo da gruta conferem-lhe uma morfologia singular.

Fonte: Município de Pombal, Carta Desportiva, 2017

Ainda ao nível das formas calcárias, destacam-se o Vale do Poio Velho e o Vale do Poio Novo, constituindo o primeiro um dos maiores canhões fluvio-cársicos do país, aliando a riqueza geomorfológica do local a uma fauna selvagem de elevada biodiversidade, sendo um espaço muito procurado para escalada e passeios pedestres.

Associado ao Vale do Poio Velho e Vale do Poio Novo, na freguesia de Redinha, situa-se a [Estação da Biodiversidade de Vale dos Poios](#), um espaço de referência no âmbito do Turismo de Natureza. Trata-se de um percurso pedestre com cerca de 1 km de extensão destinado a percorrer e observar diversos elementos de elevado valor natural (faunísticos, florísticos, geomorfológicos, paisagísticos) próprios da paisagem cársica.

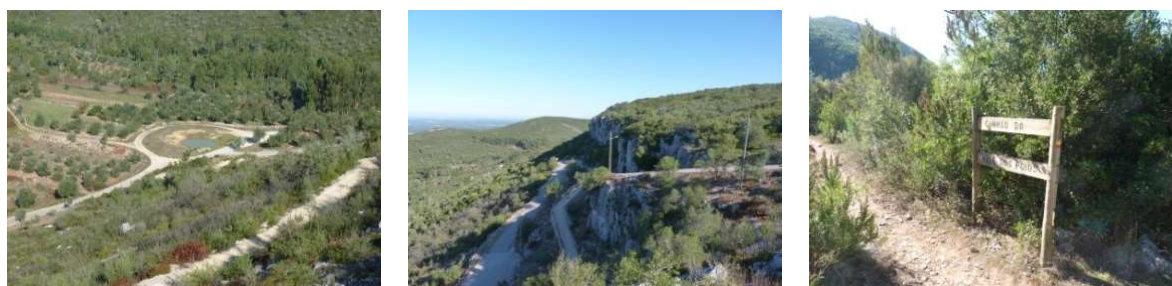


Figura 22. Maciço Calcário de Sicó

Fonte: SPI, 2019

Áreas Verdes e Parques de Lazer

Enquanto espaços de lazer sustentados no património natural destacam-se algumas áreas verdes, parques de lazer e jardins existentes no concelho. Delimitando com a malha urbana consolidada da cidade de Pombal, a Mata da Rola e a Mata do Castelo constituem espaços verdes de excelência para a prática desportiva e atividades de lazer. Igualmente com uma ligação direta e contínua com a cidade de Pombal, ao longo das margens do rio Arunca, o Parque Verde do Açude representa um espaço de lazer destinado à prática desportiva e passeios em família, dispondo de um passeio pedonal, de uma ciclovia, de parque infantil, instalações sanitárias e zonas de descanso, envoltas em vegetação e promovendo o acesso direto ao rio. Destaque para o Bioparque de Pombal – Parque Urbano da Charneca, enquanto espaço verde público de lazer, recreio e com uma importante vertente de conservação da natureza e educação ambiental. Ainda num contexto urbano, de referir os diversos jardins existentes na cidade de Pombal, os quais, embora não integrem o património natural no seu conceito mais restrito, representam atrativos interessantes enquanto espaços de lazer e descanso arborizados e relativamente naturalizados. Destaca-se o Jardim do Vale, Jardim das Cegonhas, Jardim do Arunca, Jardim da Várzea e Jardim do Cardal.

Num contexto mais rural, destacam-se diversos parques de lazer que procuram tirar partido dos recursos naturais existentes, nomeadamente da vegetação e recursos hídricos, e de uma envolvente paisagística acolhedora. De referir o Parque de Lazer do Vale da Sobreira, na Mata Mourisca, o Parque do Cotrofe e o BioParque, na freguesia de Pombal, o Parque de Lazer da Ilha, o Parque da Fonte da Pedra, na freguesia de Louriçal, o Parque de Merendas da Redinha e o Parque de Arborismo de Albergaria dos Doze, enquanto espaços devidamente infraestruturados e mantidos (Figura 23).



Parque de Lazer da Ilha



Parque de Lazer do Vale da Sobreira



Parque da Fonte da Pedra

Figura 23. Exemplos de Áreas Verdes e Parques de Lazer

Fonte: Município de Pombal e SPI, 2019



PATRIMÓNIO CULTURAL

Material – edifícios e espaços de interesse

Património classificado

O concelho de Pombal possui um vasto conjunto de edifícios e espaços de interesse histórico-cultural, encontrando-se exemplares de arquitetura religiosa, elementos da arquitetura civil e militar e sítios arqueológicos. De acordo com a informação presente na Direção-Geral do Património Cultural²⁸, são 15 os elementos patrimoniais classificados, três dos quais são Monumentos Nacionais como se apresenta na Tabela 12.

Tabela 12. Património classificado no concelho de Pombal

Classificação	Designação	Freguesia
Monumento Nacional	Igreja do Convento do Louriçal / Igreja do Santíssimo Sacramento	Louriçal
	Torre do Relógio Velho	Pombal
	Castelo de Pombal	Pombal
Interesse Público	Arco Manuelino	Abiul
	Pelourinho do Louriçal (Cruzeiro do Louriçal)	Louriçal
	Capela da Misericórdia do Louriçal (e Casa do Despacho / Hospital da Misericórdia)	Louriçal
	Ermida de Nossa Senhora da Guia	UF Guia, Ilha e Mata Mourisca
	Pelourinho de Pombal (encontra-se atualmente em fragmentos)	Pombal
	Celeiro do Marquês de Pombal (antigo) ou “Celeiro da Quinta da Gramela”	Pombal
	Pelourinho de Redinha	Redinha
	Igreja de Nossa Senhora da Conceição / Matriz de Redinha	Redinha
	Igreja Matriz de Nossa Senhora das Neves	Abiul
Interesse Municipal	Casa Arte Nova	Pombal
	Igreja de São Tiago, Matriz do Louriçal	Louriçal
	Abrigo com Gravuras Rupestres no Vale do Poio Novo	Redinha

Fonte: DGPC - www.patrimoniocultural.gov.pt, outubro 2019

De forma sintética, caracterizam-se os imóveis classificados como **monumentos nacionais**:

²⁸ www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/patrimonio/patrimonio-imovel/pesquisa-do-patrimonio/classificado-ou-em-vias-de-classificacao/geral/result/?name=&situation=&catprot=&invtema=&type=&concelho=2879&records=50 (acedido em outubro de 2019).

Castelo de Pombal



O Castelo de Pombal está classificado como monumento nacional. É um castelo românico construído no século XII, entre 1156 e 1171, por ordem de Gualdim Pais, mestre pela Ordem do Templo. Insere-se num conjunto de praças militares (Montemor-o-Velho, Soure, Penela, Germanelo, Miranda do Corvo e Arouce) destinadas a constituir a cintura defensiva do Mondego, com a finalidade de vigiar e defender os acessos à cidade de Coimbra e enquanto local estratégico para a organização da defesa a sul dessa cidade, articulando-se com outros territórios e castelos mais a sul, igualmente sob o domínio da Ordem do Templo, de que são exemplos Ceras, Tomar e Almourol. Sofreu diversas ampliações e alterações ao longo dos séculos, tendo sido profundamente intervencionado no século XX, pela Direção Geral de Edifícios e Monumentos Nacionais e, mais recentemente, foi alvo de um profundo projeto de requalificação por parte da Câmara Municipal de Pombal que visou devolver o castelo à cidade. Esta intervenção, inaugurada em 2014, dotou a cidade de um espaço público requalificado na interligação entre o Castelo e o centro histórico, afirmando este espaço como um importante polo de atratividade da cidade e da região. Atualmente é nas suas instalações que se encontra o Posto de Turismo de Pombal, afirmando-se como o principal ponto de irradiação da visita turística à cidade e ao concelho. É ainda palco para diversos eventos culturais, desportivos e institucionais.

Torre do Relógio Velho



Situada na encosta de Santo Amaro, no centro histórico da cidade de Pombal, a Torre do Relógio Velho foi mandada construir por D. Pedro I para que ali se recolhessem, no dia de São Martinho, os tributos devidos à Coroa por judeus e mouros, demarcando, nos finais do século XV, o local de separação entre o velho burgo de Pombal, situado entre este edifício e o castelo, e os novos arruamentos, que se estendiam até ao rio Arunca. Alvo de diversas obras de melhoria ao longo dos séculos, permanece hoje como um elemento fundamental do passado e evolução urbana da cidade de Pombal.

Igreja do Convento do Louriçal / Igreja do Santíssimo Sacramento



Edifício classificado como monumento nacional, é um elemento fundamental da secular tradição e herança religiosa da vila de Louriçal, estruturada em torno do seu Convento. A construção desta Igreja iniciou-se em 1690, 60 anos após a construção do Convento do Louriçal, fundado pela Madre Maria do Lado como desagravo à profanação do Santíssimo Sacramento da igreja lisboeta de Santa Engrácia, em 1630, tendo sido transformado em convento de clarissas por D. Pedro II, que hoje ainda aí permanecem. O Convento do Louriçal é um elemento histórico, patrimonial e arquitetónico de elevado interesse, embora de acesso limitado quanto à sua visita, acolhendo visitas pontuais, guiadas e programadas ao longo do ano. É um ponto de atração de visitantes com interesse na temática religiosa e, em alguns casos, já inseridos em roteiros que incluem a visita a Fátima e outros pontos de culto religioso.

Para além dos imóveis classificados como monumento nacional, existe um vasto conjunto de elementos patrimoniais classificados como Imóvel de Interesse Público (IIP), em que se integram elementos relacionados com a formação de alguns aglomerados concelhios, como é o caso do **Pelourinho do Louriçal**, **Pelourinho de Pombal** ou **Pelourinho da Redinha** e diversos exemplares de arquitetura religiosa, com destaque para a **Ermida de Nossa Senhora da Guia**, na vila da Guia, a **Igreja de Nossa Senhora da Conceição**, na Redinha, a **Igreja Matriz de Nossa Senhora das Neves**, em Abiul, a **Igreja de São Tiago** e a **Capela da Misericórdia do Louriçal** e **Casa do Despacho/Hospital da Misericórdia**, ambas na vila do Louriçal.



Igreja Matriz de Nossa Senhora das Neves



Ermida de Nossa Senhora da Guia



Capela da Misericórdia do Louriçal

Figura 24. Imóveis de Interesse Público

Fonte: Município de Pombal e SPI, 2019

Na cidade de Pombal encontram-se alguns exemplares da arquitetura civil, como é o caso da **Casa Arte Nova** (década de 30 do século XX) e do **Celeiro do Marquês de Pombal**, mandado construir em 1776 pelo Marquês de Pombal, tratando-se de um edifício de elevado valor arquitetónico no qual se destaca a aplicação de uma técnica de construção antissísmica, a gaiola pombalina, utilizada na baixa de Lisboa. Atualmente, o Celeiro integra o Centro Cultural de Pombal e acolhe o Museu de Arte Popular Portuguesa. Enquanto imóvel de interesse municipal regista-se o **Abrigo com Gravuras Rupestres no Vale do Poio Novo**, um elemento arqueológico de arte rupestre localizado na serra de Sicó, na freguesia de Redinha. Nas suas imediações foram identificados vários sítios arqueológicos, a maior parte relativos a grutas com ocupação desde o Paleolítico, nomeadamente a Buraca Longa, Buraca Grande e Buraca Escura, sendo parte de um vasto património arqueológico disperso pelo território concelhio, embora com maior incidência no Maciço Calcário de Sicó. Importa referir ainda o **Sítio Arqueológico da Telhada**, na freguesia de Vermoil, um projeto que visa a intervenção arqueológica de valorização e recuperação do *vicus* romano da Telhada, bem como a produção de conteúdos, a conservação, restauro e musealização do sítio e o seu enquadramento paisagístico. Relativamente ao **património paleontológico**, encontra-se inventariada uma jazida em Andrés (Santiago de Litém) onde, em 1988, foram descobertos, pela primeira vez em Portugal, restos fossilizados do dinossáurio *Allosaurus fragilis*, com cerca de 148 - 155 milhões de anos de idade. Em 2015, foi descoberta uma nova jazida com restos fósseis de dinossáurios na localidade de Junqueira (Santiago de Litém), conferindo a este lugar um elevado interesse nacional e internacional no âmbito do conhecimento das faunas de vertebrados continentais do Jurássico Superior da Bacia Lusitânica.

Outros elementos

Para além do património classificado, destaca-se o **Nicho Seiscentista** (pertencente à antiga Capela dos Duques de Aveiro) que se encontra em vias de classificação como Imóvel de Interesse Municipal, assim como diversos elementos patrimoniais que a autarquia identifica como possuindo interesse e valor cultural passível de representar um fator de atração turística, nomeadamente os que a seguir se apresentam sucintamente.

Igreja de Nossa Sr.ª do Cardal e Convento de St. 9 António do Cardal



Conjunto localizado no coração da cidade de Pombal. Trata-se de um edifício de estilo barroco de ampla e sólida construção, datado do início do século XVIII, desempenhando atualmente a sua função religiosa, na Igreja de Nossa Senhora do Cardal, e uma função administrativa ao albergar os serviços da Câmara Municipal de Pombal, na parte adstrita ao Convento.

Igreja Matriz de Pombal (Igreja de S. Martinho)



Localizada na Praça Marquês de Pombal, no centro da cidade, adjacente aos edifícios do Celeiro do Marquês e à antiga Cadeia, hoje Museu Marquês de Pombal. Esta Igreja, de nave única e capela-mor cobertas por teto de esteira, atravessou diversas épocas de construção, desde o século XIV ao século XVII, assume elevada importância no culto religioso da comunidade e representa um dos principais elementos de visita turística da cidade e do concelho. Destaque para o grande painel de azulejos modernos fixados sobre o arco triunfal que retrata o juramento público de paz entre o Rei D. Dinis e o seu filho D. Afonso, por intermédio da Rainha Santa Isabel.

Capela de Nossa Senhora da Estrela



Localizada na freguesia de Redinha, encaixada na rocha calcária da vertente oeste da serra de Sicó, a qual, para além de um importante local de culto religioso, representa um local de elevado interesse paisagístico e muito procurado para a realização de atividades relacionadas com turismo de natureza e aventura.

Cadeia do Marquês de Pombal



Localizada na Praça Marquês de Pombal na cidade de Pombal, é um edifício pombalino de dois pisos mandado construir pelo Marquês de Pombal em 1776. De fachadas sóbrias e de sólida construção, ostenta uma pequena sineta, proveniente da Torre do Relógio Velho e está decorado, na fachada lateral virada para o Celeiro, com as armas dos Carvalhos. Sofreu readaptações, sendo atualmente o Museu Marquês de Pombal.

Quinta da Gramela



Datada do século XVIII, possui uma forte ligação ao Marquês de Pombal, que a herdou por morte de seu tio Paulo de Carvalho e Ataíde, esta Quinta, para além da sua função residencial e importante propriedade agrícola, acolheu a Real Fábrica de Chapéus Finos, aí instalada pelo Marquês em 1759. De dimensões significativas, situa-se na orla do vale do Arunca estendendo-se até ao rio em amplos campos agrícolas. Com elevado interesse cultural, histórico, arquitetónico e natural, está classificado como espaço de ocupação turística.

Ponte Dona Maria



Datada do século XVIII, a Ponte D. Maria em Pombal, foi construída por ordem de D. João VI e localizada na cidade de Pombal, unindo as duas margens do rio Arunca para a passagem da então Estrada Real.

Ponte Românica de Redinha



A Ponte Românica de Redinha, que une as duas margens do rio Anços, tem origem na época medieval e situa-se no centro da aldeia de Redinha, ainda em funcionamento para a circulação automóvel.

Imaterial (figuras e lendas da cultura local)

Marquês de Pombal

Figura indissociável da cidade e do concelho de Pombal, Sebastião José de Carvalho e Melo, o 1.º Marquês de Pombal, constitui uma referência incontornável, pela influência que assumiu no desenvolvimento e afirmação de Pombal, visível no vasto e valioso património arquitetónico no qual encontramos o seu cunho e a sua influência. Nascido em Lisboa em 1699, o Marquês de Pombal viveu em Pombal entre 1777 e 1782, onde acabaria por falecer a 8 de maio, sendo sepultado na Igreja de Nossa Senhora do Cardal até 1856, data da transladação dos seus restos mortais para Lisboa. Para além do legado e da forte matriz identitária que deixou na cidade ao nível do património arquitetónico, destacando-se os edifícios do Celeiro e da Cadeia, onde se encontram atualmente o Museu de Arte Popular Portuguesa e o Museu Marquês de Pombal, envolvendo a Praça Marquês de Pombal, desempenhou um papel fundamental no ordenamento da zona ribeirinha da cidade de Pombal (hoje centro histórico) e no desenvolvimento da indústria chapeleira, na Quinta da Gramela. A importância histórica e patrimonial desta figura reflete-se nas inúmeras referências visíveis ao nível da toponímia, da nomenclatura de coletividades (por exemplo o Coro Municipal Marquês de Pombal) e equipamentos (por exemplo a Escola Básica Marquês de Pombal) e monumentos em sua homenagem, como a estátua

em bronze localizada no Jardim do Cardal. Constitui ainda o mote para a realização de eventos (Festival Pombalino), para a criação de roteiros culturais e para a afirmação da identidade de Pombal.



Figura 25. Marquês de Pombal

Fonte: Município de Pombal, outubro 2019

Outras Figuras Marcantes

Da identidade histórica e cultural de Pombal fazem parte outras figuras de relevo que marcaram a cidade e o concelho, nomeadamente Gualdim Pais, mestre da Ordem do Templo, responsável pela construção do Castelo de Pombal, os Condes de Castelo Melhor, comendadores de Pombal durante séculos, os Duques de Aveiro, estabelecidos em Abiul, onde deixaram uma importante marca patrimonial, e D. Dinis, que deixou a sua marca no território através da sua ligação à Mata Nacional do Urso e à Igreja de S. Martinho.

Com o objetivo de fomentar e potenciar o desenvolvimento turístico associado ao concelho de Pombal, na vertente de turismo cultural, encontra-se em desenvolvimento o projeto “Conviver com a História”, que consiste na instalação, em espaço público, de figuras e painéis informativos trilingues (português, inglês e francês) alusivos a estas e outras personalidades marcantes da história de Pombal.

Lendas e História

Parte essencial do património imaterial de Pombal, pelas ligações ancestrais que estabelece à história e evolução da cidade e do concelho, as lendas constituem um elemento que importa preservar, valorizar e divulgar enquanto recurso turístico. São diversas as lendas originárias de Pombal, quer de cariz religioso e baseadas em crenças populares, quer relacionadas com a toponímia dos lugares.

Entre elas, destaca-se a que diz respeito a Al-Pal-Omar, relacionada com a origem do Castelo de Pombal e com a própria designação da cidade. Esta lenda encontra algum fundamento histórico pela relação que estabelece com a presença muçulmana na região e pela referência que faz a anteriores construções no local onde hoje se encontra implantado o Castelo, facto que viria a confirmar-se na sequência das obras de restauro do mesmo iniciadas em 1940, observando-se vestígios que remontam a várias épocas anteriores, entre elas a romana. Destaca-se o filme de animação “A Lenda do Mouro” disponível no espaço multimédia do Posto de Turismo, localizado no interior do Castelo de Pombal.

Outra lenda relacionada com a toponímia dos lugares está associada à Praia do Osso da Baleia, segundo a qual a sua designação se deve a uma baleia que deu à costa e que causou enorme interesse e falatório entre a população, permanecendo os vestígios da mesma no local durante largos anos. Também à Mata Nacional do Urso se encontra associada uma lenda que descreve a luta feroz entre D. Dinis e um urso, num encontro inesperado na Mata, saindo o rei vitorioso. Esta lenda encontra-se representada num retábulo de relevo em madeira na Igreja do Mosteiro de Santa Clara-a-Nova, em Coimbra.

De referir ainda as diversas lendas relacionadas com a temática religiosa, destacando-se a lenda das Festas do Bodo²⁹, festas estas que se realizam anualmente, durante a última semana de julho.

Enquanto factos históricos de elevada importância, destaque para a herança relacionada com a 3.ª Invasão Francesa (1810-1811), que teve a Redinha como palco para uma sangrenta batalha, a 12 de março de 1811, e cuja recriação histórica ocorre anualmente (Figura 26).



Figura 26. Recriação histórica da Batalha da Redinha

Fonte: Pombal Jornal e Diário de Aveiro, outubro 2019

Núcleos Históricos e Tradicionais

Complementarmente aos elementos patrimoniais isolados, é relevante identificar os conjuntos edificados/aglomerados que, pelas suas particularidades e características ligadas à história e tradição do concelho, podem constituir-se como elementos de produtos turísticos a criar. Neste contexto, destacam-se alguns núcleos urbanos de características heterogéneas e que são o espelho da diversidade cultural existente no concelho.

²⁹ www.festasdobodo.com/lenda-festas-do-bodo/ (acedido em outubro de 2019).

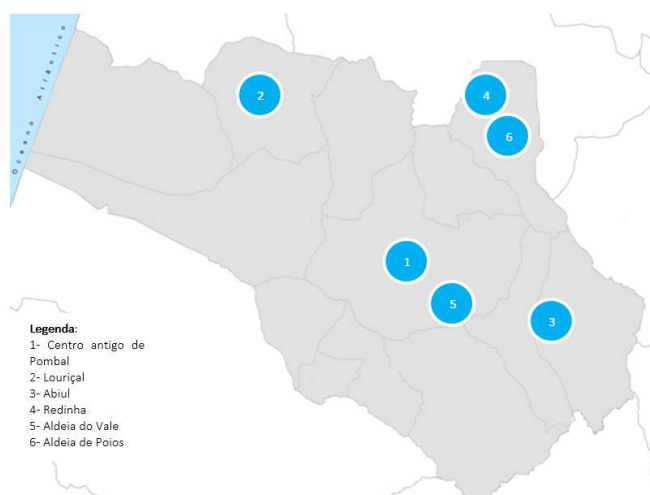


Figura 27. Localização dos núcleos históricos e tradicionais

1. Centro antigo de Pombal



O centro antigo de Pombal, estruturado em torno da Praça Marquês de Pombal, assume-se como um importante ponto de visitação turstica e palco de eventos culturais.

Como caractersticas distintivas destaca-se a arquitetura pombalina e, sobretudo, a concentração de importantes elementos arquitet nicos e museológicos com capacidade de atração de visitantes: Igreja Matriz de São Martinho, o antigo Celeiro do Marquês (atual Museu de Arte Popular Portuguesa) e a Cadeia Pombalina (atual Museu Marquês de Pombal). Desta praça central irradiam diversos arruamentos de traço estreito e sinuoso, principalmente ao longo da encosta em direção ao Castelo, e de perfil mais retilíneo no sentido do rio Arunca e do Largo do Cardal,  rea onde a função residencial coexiste com o comércio mais tradicional e alguns serviços.



2. Louriçal



Constituída como couto real na segunda metade do século XII, a povoação de Louriçal foi primeiramente referida no foral de Leiria, em 1142 e, mais tarde, em 1166, doada por D. Afonso Henriques ao Mosteiro de Santa Cruz de Coimbra. Entre os séculos XVII e XVIII surge na vila o convento do Desagravo do Santíssimo Sacramento (Convento do Louriçal) tendo na sua origem uma jovem freira, a Madre Maria do



Lado, cujo processo de beatificação encontra-se a decorrer. O concelho foi extinto em 1855, e integrado em Pombal. A origem e a evolução da vila de Louriçal está intrinsecamente relacionada com a sua herança religiosa, visível nos diversos elementos e referências arquitetónicas aí existentes. Destacam-se ainda outros locais de interesse na vila como o Aqueduto de Águas, a Capela e o Miradouro de Santo António.

3. Abiul



Abiul recebeu o seu primeiro foral em 1167, doado por Didacus Peaiz e sua mulher D. Examena. Oito anos depois passou para o mosteiro de Lorvão por efeito de doação feita por D. Afonso Henriques. Com D. Manuel recebe novo foral, no ano de 1515 e nesse mesmo ano manda reedificar a sua Igreja Matriz. Mais tarde transmitida para os Duques de Aveiro, grandes beneméritos de Abiul, visto terem dotado a vila com palácios na época seiscentista, a que se seguiram diversas casas nobres, igrejas, capelas, praça de touros, cadeia e misericórdia. A decadência surge com a implicação, feita pelo Marquês de Pombal, na tentativa de regicídio a D. José I, em que os Duques de Aveiro foram condenados e os seus bens confiscados pela Coroa. (EUSÉBIO, J., 2015: 87 e 88).

4. Redinha



Com os seus primeiros vestígios de ocupação associados à época Romana, a vila de Redinha teve o seu primeiro foral em 1159, concedido pela Ordem do Templo. Já no século XIV passou para a Ordem de Cristo, iniciando um período de prosperidade que veio a terminar com as invasões francesas, tendo a Redinha sido palco de uma batalha, hoje recriada e assumida como um elemento identitário do lugar. A Redinha é detentora de um vasto e diversificado património histórico, cultural e natural, destacando-se a Ponte Românica e o património religioso e arquitetónico classificado, a Quinta de Santana, um imóvel do século XVII propriedade do Município com elevado potencial turístico, e os diversos elementos naturais na proximidade, desde o Vale dos Poios, a nascente do rio Anços, as diversas formas cársticas e o Miradouro da Senhora da Estrela.

5. Aldeia do Vale – Aldeia de Calcário



A Aldeia do Vale distingue-se pelo seu cariz tradicional e pela traça arquitetónica característica da paisagem serrana, na qual o uso da pedra calcária impera. Com um núcleo secular de origem medieval, de identidade bem preservada, esta é a mais antiga aldeia habitada do concelho. Esta aldeia faz parte da Rede das Aldeias de Calcário que visa promover e valorizar os valores naturais e patrimoniais da Serra de Sicó bem como os seus produtos endógenos.

6. Aldeia de Poios – Aldeia de Calcário



A Aldeia de Poios distingue-se pelo carácter típico das aldeias de montanha da Serra de Sicó e pela sua envolvente natural, onde se conjugam as matas de carvalho cerquinho, com a azinheira, o medronheiro e o sobreiro. Esta aldeia faz parte da Rede das Aldeias de Calcário que visa promover e valorizar os valores naturais e patrimoniais da Serra de Sicó bem como os seus produtos endógenos.



ARTESANATO, GASTRONOMIA E PRODUTOS LOCAIS

Para além dos espaços, elementos patrimoniais e paisagísticos que podem alavancar o interesse de visitação, o artesanato e a gastronomia/produtos locais são também importantes atrativos tursticos que podem ser determinantes no processo de escolha do destino e da experiência.

Artesanato

No artesanato destaca-se a **arte em bracejo da Ilha**, da qual resultam uma diversidade de objetos construídos mediante a técnica do entrançado, sendo dinamizado pela Cooperativa de Cestinhos da Ilha, que atualmente atua na revitaliza o de artefactos de bracejo.



Figura 28. Artesanato em Bracejo da Ilha

Fonte: descobrir-portugal.com/2010/08/artesanato-cestaria/, outubro 2019

Gastronomia e produtos locais

A nível gastronómico, o concelho destaca-se pela diversidade de produtos e receitas, fruto da sua extensa área geográfica e multiplicidade de paisagens, que absorve influências distintas, desde tradições mais relacionadas com a zona serrana, destacando-se o tortulho, enquanto produto que ganha expressão na freguesia de Vila Cã, as receitas de cabrito e carneiro ou os tortachos (ou bolos de sangue), associados à matança do porco e característicos da zona oeste do concelho (freguesias de Carriço e Mata Mourisca). Na freguesia de Redinha destaca-se as sopas de carneiro, que dão o mote a um evento anual denominado “Sabores de Anços”, na Ilha e Louriçal destacam-se os torresmos e em Abiul os pratos de carne de touro.

Também na doçaria são diversas as iguarias confeccionadas no concelho, com destaque para os biscoitos de azeite do Louriçal³⁰ e a doçaria conventual associada ao Convento localizado nessa vila, a fogaça associada às Festas do Bodo, os beijinhos de Pombal, os marqueses, os cardalinhos, a queijadas da Ti Maria Rata, as tigeladas da Redinha ou as ferraduras de Pousadas Vedras.

Embora não constituam receitas tradicionais de Pombal, realça-se a importância que o arroz de tomate, as pataniscas, o leitão, entre outros pratos da gastronomia tradicional portuguesa assumem em determinados restaurantes do concelho, constituindo importantes pontos de atração de visitantes e de projeção regional e nacional de Pombal.

Para a riqueza e diversidade gastronómica, muito contribui a existência de produtos locais de qualidade, alguns com uma abrangência regional, mas com forte presença em Pombal. Destaque para o Queijo do Rabaçal, certificado como DOP, obtido com base em leites de ovelha e cabra e que tem nas freguesias de Abiul, Pelariga, Pombal, Redinha e Vila Cã áreas geográficas de produção no concelho. A serra de Sicó está igualmente relacionada com a existência de outros produtos de reconhecida qualidade como vinho que provém de solos e uvas das suas encostas, o azeite, o mel, o cabrito e borrego, as ervas aromáticas que florescem espontaneamente em toda a região de Sicó e os frutos secos, com destaque para a noz.



Queijo do Rabaçal



Biscoitos de Azeite do Louriçal



Tortulho

Figura 29. Gastronomia e produtos regionais

Fonte: Município de Pombal e PombalTV, outubro 2019

A importância do património gastronómico e dos produtos regionais existentes no concelho de Pombal está na base da realização de diversos eventos que visam a promoção e mostra gastronómica e que atraem milhares de

³⁰ <https://tradicional.dgadr.gov.pt/pt/cat/doces-e-produtos-de-pastelaria/161-biscoitos-do-lourical> (acedido em outubro de 2019).

visitantes anualmente ao concelho, destacando-se a Feira Nacional de Artesanato e Tasquinhas de Pombal, a Mostra Gastronómica de Alitém, em Santigado de Litém, São Simão de Litém e Albergaria dos Doze, o Bodo das Castanhas, em Vermoil, o Bodo de Abiul, as Festas da Confraria do Tortulho de Vila Cã, as Tasquinhas da Ilha e o Festival da Fava, em Meirinhas.



EVENTOS E FESTIVIDADES

O concelho de Pombal é um território rico em história, cultura, natureza e património onde têm lugar diversos eventos com capacidade de atração a nível local e regional, mas também a nível nacional e internacional, quer no plano cultural e artístico, quer a nível desportivo. A diversidade de eventos culturais, desportivos e económicos e de festividades é evidente, tendo sido necessário definir critérios de seleção e análise dos mesmos. Neste contexto foram analisados eventos com uma realização regular / periódica e com uma maior expressão em termos de longevidade, representatividade e atração de visitantes, estando os mesmos organizados na Figura 30, a qual revela uma maior concentração de animação entre os meses de maio e outubro e menor nos meses de inverno, entre novembro e fevereiro.

De referir ainda que, embora não figurem deste calendário, identificaram-se diversos eventos de carácter pontual que atraíram visitantes a Pombal, embora esse impacto tenha sido limitado ao período de realização dos mesmos, como por exemplo o projeto cultural “O Enredo”, promovido no âmbito da Rede de Castelos e Muralhas do Mondego e integrado no plano de animação do Castelo de Pombal (Castelo ConVida), que se desenvolve entre junho e setembro de cada ano.

Janeiro	Campeonatos Nacionais de Atletismo de Pista Coberta							
Fevereiro								
Março		Festival de Teatro						
Abril	Mercado Medieval	Trail Running Pombal Sicó						
Maio	Festival Pombalino	Festival de Teatro Infanto-Juvenil	Feira Nacional da Floresta	Festival da Fava				
Junho	Festival 7 Sóis 7 Luas			Expofago	Salão Nacional do Transporte	Castelo ConVida	Caminhos de Leitura	Corrida dos Gambuzinos
Julho		Festas do Bodo	Festival Ti Milha	Corrida do Bodo	Meeting Marquês de Pombal em Atletismo			
Agosto		Festas do Bodo de Abiul e Feira Taurina	Mostra Gastronómica de Alitém	Trail Lama Solta			Festas do Louriçal /Festejos em honra de Nossa Senhora da Boa Morte	
Setembro	Feira Nacional de Artesanato e Tasquinhas de Pombal	Manobras – Festival internacional de Marionetas e Formas Animadas	Tasquinhas da Ilha	Raid BTT Lama Solta				
Outubro	Manobras – Festival internacional de Marionetas e Formas Animadas		Raid BTT Vila Ventura	Raid BTTalhos	Bodo das Castanhas	Trail Noturno Pombal Oeste		
Novembro	Raid BTT Terras de Almagra							
Dezembro	Campeonatos Nacionais de Atletismo de Pista Coberta	Atividades de natal “O Natal na cidade”						

Legenda:

Eventos Culturais e Festividades	Eventos Económicos	Eventos Desportivos
----------------------------------	--------------------	---------------------

Figura 30. Calendário de Eventos Desportos e de Eventos Culturais e Festividades

Fonte: Município de Pombal

Eventos Culturais e Festividades

Nos eventos de cariz cultural, a preocupação da transmissão das práticas culturais do concelho e das suas tradições artísticas e produtivas está patente nas inúmeras feiras, festivais e festas populares que todos os anos se realizam no território e que levam milhares de visitantes ao concelho. Entre os eventos mais representativos e

com potencial de atração significativo no concelho de Pombal, e obedecendo a uma lógica cronológica, destacam-se os seguintes (por ordem cronológica/mensal):

Festival de Teatro e Festival de Teatro Infanto-Juvenil



O Festival de Teatro de Pombal decorre ao longo de vários dias durante o mês de março de cada ano, contando com uma programação da qual fazem parte diversos espetáculos relacionados com as artes performativas, assim como oficinas criativas e artes de rua. Na sua edição de 2019, o Festival descentralizou-se e chegou a diversas freguesias do concelho, palco para diversos espetáculos e demonstrações. O Festival de Teatro Infanto-Juvenil, em maio e junho, celebrou em 2019 a sua 5.ª edição, contando com uma programação dirigida ao público mais jovem e envolvendo a comunidade escolar do concelho que, ao longo de vários dias, põe as suas peças em cena. Ambas as iniciativas atraem anualmente centenas de visitantes a Pombal.



Local: diversas freguesias

Mercado Medieval de Pombal



Evento promovido pelo Município que visa promover a recriação de uma atmosfera da época medieval, transformando o Castelo e a sua envolvente num burgo da Idade Média. Durante os três dias, bobos, cuspidores de fogo, dançarinos, músicos, jograis, artífices, artesãos, mercadores, regatões e taberneiros ocupam o espaço proporcionando aos visitantes uma viagem no tempo, não faltando vários espaços dedicados à venda de produtos artesanais, alimentos, utensílios e ferramentas da época medieval. De entrada gratuita, realiza-se ao longo de três dias durante o mês de abril de cada ano, estimando-se que tenha atraído, na sua última edição, cerca de 10 mil visitantes.

Local: Freguesia de Pombal

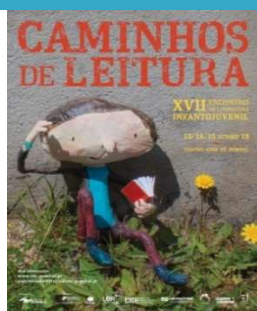
Festival Pombalino e Festival de Estátuas Vivas e Barrocas



Evento que promove a vida e obra de Marquês de Pombal e a sua época, consiste na recriação histórica de diferentes vivências e personagens históricas ou representativas de grupos sociais do século XVIII, inseridas no património edificado da cidade de Pombal, recriando ambientes característicos das festas e feiras do século XVIII. Inclui diversas exposições teatrais, cortejo histórico, estátuas vivas, vestuário da época, cenas da vida quotidiana em ambiente de festa, linguagem, espetáculos de música e dança, próprios do ambiente barroco, de natureza popular e erudita, jogos populares e profissões, saltimbancos, entre outros. Realizado anualmente em maio, estima-se que na sua última edição tenha atraído a Pombal cerca de 5 mil visitantes.

Local: Freguesia de Pombal

Caminhos da Leitura



Promovido pelo Município de Pombal desde 2002, o Encontro de Literatura Infanto-Juvenil Caminhos de Leitura, assume-se como um lugar de debate e reflexão sobre animação do livro, leitura, escrita e ilustração. Tem como objetivo dotar educadores e professores de ferramentas para o desempenho de atividades leitoras, contando com a presença de vários especialistas/ convidados de diversos pontos do mundo. O evento é realizado em junho e integra várias iniciativas, oficinas temáticas, exposições e percorrer diversos espaços da cidade, embora com epicentro no Teatro Cine de Pombal. Na sua 27.ª edição, em 2019, contou com a presença de cerca de 1.000 pessoas.

Local: Freguesia de Pombal

Festival 7 Sóis 7 Luas



Promovido por uma rede cultural de 30 cidades de 10 países do Mediterrâneo e do mundo lusófono (Brasil, Cabo Verde, Croácia, Eslovénia, Espanha, França, Tunísia, Itália, Marrocos e Portugal), este Festival engloba uma programação no âmbito da arte e música popular contemporânea, tendo como principais objetivos o diálogo intercultural, a mobilidade dos artistas e a criação de formas originais de produção artística. Realiza-se anualmente em Pombal, enquanto cidade que integra a rede, desenvolvendo-se ao longo dos meses de junho, julho e agosto e dando vida a diversos espaços da cidade.

Na sua edição de 2019, a 27.ª, contou com cerca de 2 mil visitantes.

Local: Freguesia de Pombal

Castelo ConVida



Evento promovido pelo Município com vista à valorização e dinamização do Castelo de Pombal. Realiza-se anualmente, desde 2014, durante os meses de verão (junho, julho, agosto e setembro). O palco é o Castelo de Pombal e área envolvente, oferecendo uma programação cultural diversificada, com várias formas de expressão artística, desde concertos musicais, atividades para as famílias, espetáculos de teatro, ilusionismo, eventos de fotografia e eventos desportivos, estimando-se que atraia cerca de 1.000 visitantes a cada edição.

Local: Freguesia de Pombal

Festas do Bodo – Pombal



POMBAL
25 A 30
JULHO



Principais festejos anuais do concelho, as Festas do Bodo, de génese e natureza religiosa, provêm de uma tradição secular, tendo conhecido diversos períodos de ausência e experimentado diversos formatos e transformações.

Atualmente, realizam-se durante a última semana de julho e no seu programa reúnem as tradicionais celebrações religiosas, provas desportivas, espetáculos musicais, gastronomia, mostra de atividades económicas, feira popular, artes de rua, entre outras atividades que atraem a Pombal milhares de visitantes, representando um impacto significativo na atividade hoteleira, de restauração e comercial do concelho e, sobretudo, da cidade de Pombal.

Local: Freguesia de Pombal

Festival Ti Milha



Fruto de uma iniciativa da ARCUPS, uma associação de promoção cultural e social, o Festival Ti Milha realiza-se, desde 2016, no Parque de Lazer da Ilha, na UF da Guia, Ilha e Mata Mourisca. Consiste num evento que, durante um fim de semana por ano, reúne num mesmo espaço vários concertos, *workshops* temáticos, cinema, teatro, dança, mercado tradicional, restauração, atividades para famílias e todo um conceito de animação centrado na sustentabilidade e na educação cívica, tendo vindo a atrair cada vez mais público e interesse. Em 2018, o Festival Ti Milha foi nomeado para os *Iberian Festival Awards*, prémios que visam distinguir os melhores eventos culturais e de entretenimento que se realizaram em Portugal e Espanha durante esse ano.

Local: UF da Guia, Ilha e Mata Mourisca

Festas Louriçal e Festejos em honra de Nossa Senhora da Boa Morte



Realizadas anualmente em torno do 15 de agosto, os seculares festejos em honra de Nossa Senhora da Boa Morte, ou Festas do Louriçal, aliam as tradições, a cultura, a gastronomia, a história, o património, e essencialmente, a devoção a Maria de Lado, fundadora do convento do Desagravo do Santíssimo Sacramento, culminando com a tradicional procissão das velas. A par da celebração religiosa, as Festas do Louriçal apresentam um certame que conta ainda com uma mostra de atividades económicas e tasquinhas gastronómicas, mostra de artesanato, atividades lúdicas e desportivas e animação musical, atraindo anualmente milhares de visitantes à vila.

Local: Louriçal

Feira Nacional de Artesanato e Tasquinhas de Pombal



Certame destinado exclusivamente à promoção e valorização do Artesanato Nacional, ao qual se associa uma mostra gastronómica exclusiva às Associações e Coletividades das diversas freguesias de Pombal e diversos momentos musicais e artísticos. De acesso gratuito, realiza-se anualmente durante o mês de setembro na ExpoCentro, em Pombal, atraindo, em média cerca de 25 mil visitantes durante os três dias de evento.

Local: Freguesia de Pombal

Manobras – Festival Internacional de Marionetas e Formas Animadas



O Manobras – Festival Internacional de Marionetas e Formas Animadas é uma organização da Artemrede no âmbito do projeto Outros Centros em que participa o Município de Pombal, em conjunto com outros municípios. Este evento engloba espetáculos de marionetas, residências artísticas e oficinas a desenvolver nos diversos equipamentos e espaços públicos da cidade. Assume como objetivos evidenciar a transversalidade da arte das marionetas, promover e apresentar uma programação diversa e abrangente em termos de públicos e propostas transdisciplinares e contribuir para o desenvolvimento dos territórios pela arte. Pombal já acolheu três edições deste Festival (2017 a 2019), contando com mais de 1.000 participantes em cada uma.

Local: Freguesia de Pombal

Para além dos eventos referidos que, no seu conjunto, mostram uma forte concentração na sede de concelho, são de destacar as festividades realizadas nas freguesias do concelho de Pombal, usualmente baseadas em tradições religiosas, mas que assumem igualmente o papel de mostra gastronómica e cultural desses lugares. A título de exemplo referem-se:

- O certame secular - **Bodo das Castanhas**, que se realiza anualmente em Vermoil, no último fim de semana de outubro, incluindo animação, atividades desportivas, feira de frutos secos, jogos tradicionais, gastronomia, entre outras atividades.
- As **Festas do Bodo de Abiul**, igualmente centenárias, incluem animação musical, folclore, gastronomia, diversas atividades tradicionais e religiosas e atividades relacionadas com a tauromaquia (Feira Taurina), atraindo milhares de visitantes em agosto de cada ano.
- As **Tasquinhas da Ilha**, que se realizam anualmente no final de agosto e que se centram na mostra gastronómica, na animação musical, na etnografia e nas atividades desportivas.
- A **Mostra Gastronómica de Alitém**, em Santiago de Litém, São Simão de Litém e Albergaria dos Doze, que aposta sobretudo na gastronomia, produtos locais e animação musical e de rua.
- O **Festival da Fava**, realizado na freguesia de Meirinhas, em maio de cada ano enquanto mostra gastronómica em torno desse produto.



Figura 31. Eventos e Festividades no concelho de Pombal

Fonte: Município de Pombal, outubro 2019

Eventos Económicos

No contexto dos eventos de cariz económico, destinados a promover a atividade económica do concelho e das freguesias e associados a setores específicos, destacam-se pela sua dimensão e caráter regular:

- A **ExpoFago**, na vila da Guia, que conta já com trinta edições e centra-se na mostra de atividades económicas, aliada a animação musical, atividades desportivas e à mostra gastronómica.
- O **Salão Nacional do Transporte**, evento setorial que decorre na Expocentro, em Pombal, e que procura tirar partido da relevância do concelho na área dos transportes e logística e funcionar como um ponto de encontro anual do setor.
- A **Feira Nacional da Floresta**, enquanto evento dirigido à fileira florestal e toda a sua cadeia de valor e destinado a evidenciar o papel da floresta na propulsão da economia, do emprego e do desenvolvimento sustentável, facilitando a criação de oportunidades de negócio, a sensibilização de públicos alargados para defesa e proteção da floresta e a promoção do debate e informação em diferentes aspetos ligados à fileira da floresta, afirmando Pombal como centro de exposições do setor. Este evento realiza-se de dois em dois anos.



Figura 32. Eventos de cariz económico

Fonte: Município de Pombal, outubro 2019

Eventos Desportivos

Beneficiando de um património natural apelativo para a prática de atividades desportivas, principalmente relacionadas com a natureza, e assumindo uma importância já consolidada na realização de provas do calendário

nacional de diversas modalidades, com destaque para o atletismo, o concelho é palco de eventos desportivos que lhe conferem notoriedade e projeção. Entre os vários eventos desportivos realizados no concelho de Pombal com maior projeção e capacidade de atração de visitantes, destacam-se:

Trail Running Pombal Sicó



O Trail Running Pombal Sicó realiza-se anualmente, desde 2014, e é constituído por três provas com distâncias e níveis de dificuldade adaptados a diferentes tipos de público. Registrando um crescimento ano após ano, contou na sua mais recente edição com mais de 1.000 inscritos que percorrem trilhos da Serra de Sicó, sendo o epicentro da prova na cidade de Pombal.

Corrida dos Gambuzinos



A Corrida dos Gambuzinos trata-se de uma corrida aventura que percorre o centro histórico de Pombal e alguns dos seus mais emblemáticos espaços e equipamentos, ao longo da qual os participantes enfrentam vários obstáculos, sendo o mesmo adaptado a diferentes tipos de público. Na sua 6.ª edição, em 2019, este evento contou com cerca de 700 participantes.

Prova do Bodo



Realizada tradicionalmente no âmbito das Festas do Bodo, este evento de atletismo integra 3 provas: 10 km do Bodo, Corrida das Farturas e Caminhada do Bodo. Desta forma, é um evento capaz de integrar toda a população, atraindo inclusive alguns dos melhores atletas e clubes a nível nacional. Para além de contribuir para o fomento da prática desportiva num ambiente festivo, este evento contribui para o reforço da ligação de Pombal na dinamização do atletismo e para a divulgação e promoção do concelho a nível turístico, contando anualmente com cerca de 1.000 participantes.

Complementarmente, são de referir, pela capacidade na atração de participantes, as provas de atletismo em pista coberta promovidas no ExpoCentro e os diversos eventos relacionados com BTT e *Trail Running* realizados anualmente em várias freguesias do concelho de Pombal. Destaque para o trabalho realizado pela Associação Cultural, Recreativa e Desportiva do Louriçal que realiza na vila o Raid BTT Lama Solta, que conta já com 16 edições, e o Trail Lama Solta, eventos que atraem centenas de visitantes à vila anualmente. Também o Raid BTT Terras de Almagra, em Almagreira, o Raid BTT Vilaventura, em Vila Cã ou o Raid BTT trilhos, em Vermoil. Importa ainda referir o evento “*Trail Noturno Pombal-Oeste*”, que já conta com 4 edições e o evento “*Meeting Marquês de Pombal em Atletismo*”, com a sua primeira edição em 2019.

De referir ainda modalidades desportivas emergentes que têm vindo a ganhar expressão, nomeadamente a Pesca Desportiva, essencialmente centrada na Praia do Osso da Baleia, o Aerodelismo, com a dinamização das pistas do Casalinho e do Carriço, o Radio Modelismo, com a dinamização das pistas de Vermoil e Albergaria dos Doze, e a Perícia Automóvel, que tem vindo a ganhar projeção através da realização de provas a contar para o campeonato nacional.



EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS

A análise do potencial turístico passa também pela verificação da existência de equipamentos e serviços turísticos de natureza pública ou privada, adequados e capazes de suportar dinâmicas de atração multiprodutos. Neste âmbito, complementarmente aos diversos elementos apresentados nos pontos anteriores, o concelho apresenta um conjunto de equipamentos com interesse, tendo a maioria resultado de investimentos municipais recentes.

Atendendo à sua importância num contexto de atração e visitação de Pombal, apresentam-se os equipamentos mais relevantes, concentrados sobretudo na cidade de Pombal. A análise desta tipologia de espaços incidu sobre: (i) postos de turismo; (ii) museus; (iii) salas de espetáculos, eventos e exposições e (iv) outros equipamentos de suporte ao turismo. De realçar que, apesar de poder também ser considerado um equipamento turístico uma vez que é gerido pelo Município e serve de palco a dinâmicas culturais, o Castelo de Pombal foi já identificado e caracterizado no ponto relativo ao património cultural.

Posto de turismo



Situado no interior do Castelo de Pombal, este é o único Posto de Turismo formal do concelho e presta serviço de atendimento e aconselhamento ao turista com a disponibilização de folhetos e brochuras e ainda um pequeno espaço onde é possível assistir a vídeos sobre o concelho e as lendas associadas ao Castelo. Do ponto de vista da acessibilidade universal a este local existem diversos constrangimentos que importa ter em consideração.

A divulgação turística é igualmente suportada numa lógica de rede multipostos em diversos locais que disponibilizam informação turística (folhetos, brochuras e informação genérica) como é o caso da Biblioteca Municipal, dos Paços do Concelho, do Teatro Cine, dos Museus e das Juntas de Freguesia de Louriçal e do Carriço. No entanto, não se encontra informação no terreno quanto à existência destes postos, assim como não existe referência aos mesmos na página oficial do Município à data da realização do presente documento.

Museus

Museu de Arte Popular Portuguesa



Aberto ao público desde 2001 e instalado num edifício pombalino, classificado como Imóvel de Interesse Público, outrora Celeiro, mandado construir em 1776 pelo Marquês de Pombal, este Museu centra-se numa coleção de arte genuinamente popular que se destaca pela diversidade, qualidade e representatividade da memória de um povo, contando com um espólio de mais de 2000 peças, provenientes das mais diversas regiões de Portugal. A entrada é gratuita e trata-se de um espaço adaptado a visitantes com mobilidade reduzida.

Museu Marquês de Pombal



Instalado na antiga Cadeia Velha de Pombal, este Museu abriu ao público em 1982, no edifício dos Paços do Concelho, sendo realocado no atual edifício em 2004, após obras de remodelação e adaptação. Trata-se de um Museu monográfico, dedicado à vida e obra de Marquês de Pombal, mas também ao retrato de um povo e de uma época, através de um valioso espólio centrado num núcleo bibliográfico, documentos legislativos e documentos manuscritos.

Para além da importância assumida pelos dois equipamentos destacados, encontram-se no concelho pequenos equipamentos museológicos/etnográficos com potencial, nomeadamente o Museu Etnográfico de Almagreira, o Núcleo Museológico e Etnográfico do Rancho Folclórico da Redinha, o Núcleo Museológico João de Barros, em Vermoil, o Memorial Museu Madre Maria do Lado, no Louriçal e o Museu de Arte Sacra, em Abiul.

Salas de espetáculos, eventos e exposições

Esta tipologia de espaços/equipamentos apresenta especial concentração na sede de concelho, com destaque para os espaços que sucintamente de elencam.

O **Expocentro - Centro Municipal de Exposições de Pombal**, é o principal espaço multifuncional do concelho, localizado junto à saída da A1 e do IC8, com uma área de 8.000 m². Vocacionado para o acolhimento de eventos e exposições do concelho, foi inaugurado em 2004 e destina-se à realização de eventos económicos, desportivos, culturais e de lazer e tem vindo a ser palco de diversas exposições anuais, como a Feira Nacional de Artesanato e Gastronomia, a Feira da Floresta ou o Salão Nacional do Transporte, e da realização de provas de atletismo em pista coberta, adaptando-se o espaço para o efeito. A pista coberta de atletismo é uma estrutura homologada para competição oficial, que recebe anualmente (de dezembro a março), atletas e clubes do atletismo português que participam nos campeonatos nacionais em pista coberta, contando com a realização de várias provas do calendário nacional e ibérico, entre as quais destaca-se o *Meeting* Cidade de Pombal em pista coberta.

Enquanto palco de diversos espetáculos musicais e de artes performativas e espaço de conferências, *workshops* e exposições, o **Teatro Cine de Pombal** e o **Auditório Municipal de Pombal**, localizados na cidade sede de concelho, constituem espaços de referência pela qualidade e multifuncionalidade que oferecem e pela programação regular. Também o **Arquivo Municipal** e o **Centro Cultural de Pombal** apresentam características que os destacam como espaços de interesse a nível cultural e de visitação e destinados à realização de eventos e à exibição de exposições temporárias. Fora da cidade, a **Casa da Cultura de Santiago de Litém** assume-se como um espaço dedicado ao lazer e à arte, acolhendo exposições e eventos temáticos, e o Centro Cultural de Louriçal assume-se enquanto espaço para a realização de pequenos eventos culturais, embora o espaço já denote alguns sinais de obsolescência.



ExpoCentro



Casa da Cultura de Santiago de Litém



Teatro Cine de Pombal

Figura 33. Salas de espetáculos, de eventos e exposições

Fonte: Município de Pombal e SPI, 2019

Outros equipamentos e infraestruturas

Estrada Atlântica



Com início na aldeia e freguesia de Carriço, a Estrada Atlântica abrange Pombal, Leiria, Marinha Grande, Alcobaça e Nazaré e prolonga-se ao longo de 62 km por áreas de pinhal ao longo da linha de costa, dispondo de uma ciclovia em bom estado de conservação e limpeza ao longo de todo o seu trajeto. Trata-se de um importante atrativo da região para atividades lúdicas, desportivas e relacionadas com o turismo de natureza.

Explore Sicó/CIMU Sicó



Ainda em implementação na aldeia de Poios, freguesia da Redinha, o projeto constituirá uma das portas de entrada para a Serra de Sicó enquanto espaço dotado de multifuncionalidade dedicado ao Maciço da Sicó, acolhendo um Centro Interpretativo (áreas expositivas, espaço multimédia, reserva arqueológica, auditório, sala multiusos e receção), zona de alojamento e cafetaria e deverá assumir um carácter informativo, didático e científico ao nível da educação ambiental, gestão e conservação da natureza, de educação em ciências e turismo de natureza.

Panorâmico Aquaparque



O Panorâmico Aquaparque é um complexo privado com piscinas, restaurante, danceteria, sala de eventos e congressos, sala panorâmica para eventos e discoteca privada para aluguer. Possui uma área descoberta de 7 mil m² e parque de estacionamento com aproximadamente 680 lugares.

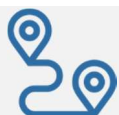
Infraestruturas desportivas



O concelho de Pombal dispõe de uma rede de equipamentos desportivos constituída por campos de futebol, pistas de atletismo, pavilhões e salas de desporto, piscinas entre outros equipamentos como campos de minigolfe, parede de escalada, *half pipe*, pista de automodelismo, campo de tiro e pista de BTT³¹. Dos vários equipamentos, destaca-se a Pista Coberta de Atletismo como equipamento especial (ou especial para o espetáculo desportivo).

³¹ As infraestruturas desportivas encontram-se catalogadas na Carta Desportiva Municipal.

Ainda de referir um conjunto de elementos patrimoniais que podem ser considerados equipamentos turísticos pela capacidade que oferecem para a realização de eventos e outras atividades lúdicas nas suas instalações, atuando na dupla vertente de elemento de valorização e visitação por si só, e de palco para o suporte a atividades que suscitam dinâmicas de visitação. Entre eles, destacam-se o **Castelo de Pombal**, o **Convento do Louriçal**, o **Convento de Santo António do Cardal**, a **Quinta da Gramela** ou a **Praça de Touros de Abiul**.



ROTAS E PERCURSOS

Neste âmbito, destacam-se os seguintes produtos/recursos cuja informação se encontra online, contudo de difícil acesso e com uma estruturação pouco intuitiva para o utilizador.

Rotas e Pedestrianismo



O Município apresenta como proposta turística na sua página *online*, a realização de circuitos pedestres associados ao património natural, histórico e cultural. Propõe três pequenas rotas ou trilhos, nomeadamente o Trilho da Baleia Verde e o Trilho da Lagoa de São José, ambos na freguesia de Carriço, e o Trilho do Picoto, em São Simão de Litém. O Trilho da Lagoa de São José foi severamente afetado pelos incêndios florestais de outubro de 2017 e pela tempestade Leslie, ocorrida em outubro de 2018, tendo o Trilho da Baleia Verde sido igualmente afetado por este último fenómeno climático.

O Município divulga ainda, enquanto rota de maior extensão, a Rota dos Pinhais e das Praias, e enquanto rota cultural a Rota Pombalina, em torno do legado e figura de Marquês de Pombal.



Também a **Grande Rota 26 (GR26)**, que atravessa o concelho de Pombal no Maciço de Sicó, promove a visitação de pontos de interesse através do pedestrianismo, encontrando-se na página do Município a referência a diversos circuitos temáticos suportados nessa rota (Tauromaquia, Azeite, Carvalho-Cerquinho, Lapiás, Paleolítico, Queijo do Rabaçal, Vinho Terras de Sicó e Moinhos de Vento).

Importa ainda fazer referência à **Grande Rota da Rede dos Castelos** (BTT e TT) que atravessa o concelho (Ansião - Pombal [43,9 km] e Pombal – Soure [23,6 km]). Atualmente esta rota encontra-se criada/inventariada e aguarda o agendamento da apresentação pública e a disponibilização dos respetivos materiais informativos e de divulgação.

Observa-se igualmente a existência de diversas rotas e percursos integrados em ofertas e lógicas supramunicipais, como é o caso das sugeridas pela Terras de Sicó, pela CIMRL e pelo Turismo do Centro (Região de Leiria).

Caminhos de Fátima



O concelho de Pombal está na rota dos caminhos de Fátima, sendo anualmente atravessado por milhares de peregrinos que procuram na cidade um dos últimos pontos fundamentais de apoio logístico e de descanso antes de chegar a Fátima. No sentido de dinamizar este importante recurso e de contribuir para a segurança dos peregrinos e a afirmação de Pombal no contexto do turismo religioso, têm vindo a ser realizados diversos investimentos ao nível da sinalética, da infraestruturização e requalificação de diversas estruturas de apoio e da sensibilização de peregrinos e da população em geral. A importância deste recurso, articulada com o vasto e valioso património religioso existente no concelho de Pombal, com destaque para a vila de Louriçal, representa uma oportunidade ao nível da valorização e dinamização turística do concelho de Pombal.

ATIVIDADE TURÍSTICA – PRINCIPAIS INDICADORES DE DESEMPENHO

Neste ponto apresenta-se a análise aos principais indicadores de desempenho do setor turístico que permite verificar os resultados das dinâmicas da atividade turística no concelho de Pombal, nomeadamente quanto à evolução do número de dormidas e de hóspedes, proveniência, ocupação, estada média, proveitos de aposento e visitantes a museus.

Dormidas, hóspedes e estada média

As dormidas representam a permanência de um indivíduo num estabelecimento de alojamento, por um período compreendido entre as 12 horas de um dia e as 12 horas do dia seguinte³². Este indicador mede, de uma forma simples, a atratividade de um determinado território.

O concelho de Pombal tem registado uma evolução crescente do número de dormidas. No ano de 2018 registaram-se 44.804 dormidas, o que corresponde a uma variação positiva de 38,1% face a valores de 2013, representando 8,7% do total de dormidas da Região de Leiria (NUTS III). De realçar que no mesmo período, a Região de Leiria registou uma variação positiva no número de dormidas na ordem dos 63,8%, um valor bastante superior ao de Pombal. Este aumento foi alcançado através da procura interna, ou seja, do aumento do número de dormidas de hóspedes nacionais que registou uma variação positiva, entre 2013 e 2018 (36,5%), mas também pelo crescimento verificado nas dormidas de hóspedes estrangeiros em igual período. Em 2018, do total das dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico no concelho de Pombal, 34.798 tiveram origem no mercado interno (78%) e 10.006 tiveram origem no mercado externo (22%).

Relativamente à distribuição temporal das dormidas, verificava-se, em 2017³³, que 32,3% ocorriam nos meses de verão, entre julho e setembro. Este valor encontra-se abaixo da média nacional (37,0%), regional (38,7%) e sub-

³² INE – Sistema de Metainformação, 2019.

³³ dados do Anuário Estatístico da Região Centro.

regional (42,3%), sendo inclusive o valor mais baixo no conjunto de municípios que compõem a Região de Leiria, demonstrando uma menor sazonalidade das dormidas em estabelecimentos de alojamento turístico no concelho.

No que diz respeito ao número de hóspedes, entendidos como indivíduos que efetuam pelo menos uma dormida num estabelecimento de alojamento turístico, registaram-se 29.709 no concelho, em 2018, valor que mostra um acréscimo de 3,2% relativamente a 2017, superior aos 0,8% verificados na Região de Leiria em igual período.

Tabela 13. Hóspedes e dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico no concelho de Pombal

Unidade territorial	Hóspedes (n.º)		Unidade territorial	Dormidas (n.º)				Proporção de dormidas entre julho e setembro (%)
	Total de hóspedes	Hóspedes estrangeiros		Total de dormidas	Dormidas de hóspedes estrangeiros	Total de dormidas	Dormidas de hóspedes estrangeiros	
	2018			2013		2018		2017
Portugal	25.249.904	15.308.157	Portugal	43.533.151	30.382.160	67.662.103	47.772.427	37,0
Centro	3.895.612	1.570.570	Centro	4.022.416	1.599.510	6.777.827	3.000.858	38,7
Região de Leiria	276.200	85.579	Região de Leiria	316.156	116.872	517.889	203.122	42,3
Pombal	29.709	5.473	Pombal	32.441	6.947	44.804	10.006	32,3

Fonte: INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos, 2019

Passando a uma análise por tipologia de alojamento turístico, 68,2% das dormidas no concelho correspondem a dormidas em unidades hoteleiras, 26,8% em unidades de alojamento local e apenas 4,8% a unidades de turismo em espaço rural e de habitação. Este é um dado interessante tendo em consideração que, em termos de capacidade instalada, o AL possui o maior quantitativo. Em termos de hóspedes, cerca de 65% ficaram alojados em unidades hoteleiras, 32% em alojamento local e 3% em unidades de TER (Tabela 14). Verificou-se um acréscimo, quer de dormidas, quer de hóspedes, em todas as tipologias de alojamento entre 2017 e 2018.

Tabela 14. Hóspedes e dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico (n.º), por tipologia de alojamento

Unidade territorial	Hóspedes					
	Hotelaria	Alojamento Local	TER	Hotelaria	Alojamento Local	TER
	2017			2018		
Portugal	19.769.347	3.389.670	794.748	20.450.232	3.951.007	848.665
Centro	3.009.115	598.372	197.679	3.092.432	591.434	211.746
Região de Leiria	222.148	43.255	8.421	223.736	43.819	8.645
Pombal	19.132	8.878	784	19.370	9.512	827
Unidade territorial	Dormidas					
	Hotelaria	Alojamento Local	TER	Hotelaria	Alojamento Local	TER
	2017			2018		
Portugal	55.734.573	7.950.647	1.699.990	56.561.305	9.310.035	1.790.763
Centro	5.326.006	1.064.325	373.951	5.339.932	1.049.417	388.478
Região de Leiria	422.614	77.393	14.963	429.096	73.211	15.582
Pombal	30.204	11.674	1.729	30.582	12.030	2.192

Fonte: INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos, 2019

A conjugação destes dados revela padrões muito diferentes dos hóspedes alojados em diferentes tipologias de alojamento (Tabela 15), com o TER a registar estadias substancialmente mais longas que nas outras tipologias e, nesta tipologia, em outras escalas de análise. Verifica-se, pois, que em TER existia, em 2018, uma estada próxima das três noites (2,7), enquanto nas restantes tipologias este valor encontra-se entre as 1,3 e as 1,6 noites.

Tabela 15. Estada média nos estabelecimentos de alojamento turístico (n.º), por tipologia de alojamento

Unidades territoriais	2017				2018			
	Total	Hotelaria	Alojamento Local	TER	Total	Hotelaria	Alojamento Local	TER
Portugal	2,7	2,8	2,3	2,1	2,7	2,8	2,4	2,1
Centro	1,8	1,8	1,8	1,9	1,7	1,7	1,8	1,8
Região de Leiria	1,9	1,9	1,8	1,8	1,9	1,9	1,7	1,8
Pombal	1,5	1,6	1,3	2,2	1,5	1,6	1,3	2,7

Fonte: INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos, 2019

No que se refere aos hóspedes estrangeiros, de acordo com dados do Anuário Estatístico da Região Centro de 2017, a estada média nos estabelecimentos hoteleiros de Pombal era de 1,9 noites, o que, apesar de ser superior ao valor dos hóspedes nacionais, é um valor inferior ao registado em outras escalas territoriais para esta tipologia de hóspedes (sub-regional (2,3), regional (2,0) e nacional (3,2)).

Ocupação

O concelho registou uma taxa média de ocupação-cama³⁴ de 32,7% em 2018, um valor ligeiramente abaixo da média sub-regional (33,9%), regional (32,8%) e nacional (47,8%), contudo superior ao registado em anos anteriores a nível concelhio. A evolução deste indicador desde 2014 mostra, em 2018, um acréscimo de 5 pontos percentuais (Figura 34).

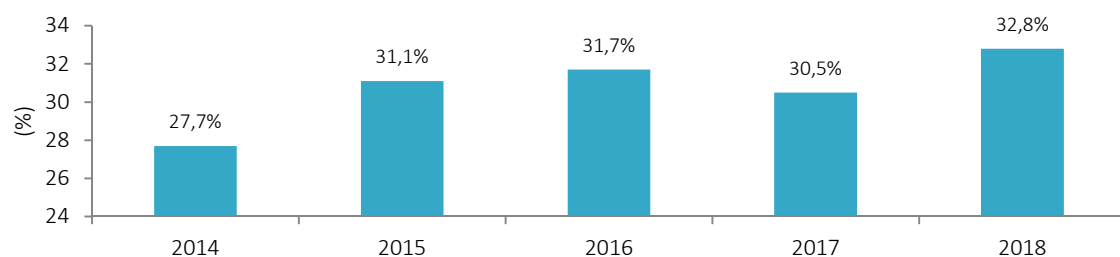


Figura 34. Evolução da taxa líquida de ocupação-cama (%) nos estabelecimentos de alojamento turístico no concelho de Pombal

Fonte: INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos, 2019

³⁴ A taxa de ocupação-cama, de acordo com o INE, representa a relação entre o número de dormidas e o número de camas disponíveis no período de referência, considerando como duas as camas de casal.

A análise por tipologia de alojamento turístico mostra, em 2018, uma evolução positiva transversal (Tabela 16), destacando-se os estabelecimentos hoteleiros com a média de ocupação-cama mais elevada no concelho (43,5%). Por outro lado, os estabelecimentos de TER registaram o crescimento mais expressivo em termos de ocupação-cama relativamente ao ano anterior (+5,9 pontos percentuais).

Tabela 16. Taxa líquida de ocupação-cama (%) por tipo de alojamento turístico no concelho de Pombal

Unidades territoriais	2017				2018			
	Total	Hotelaria	Alojamento Local	TER	Total	Hotelaria	Alojamento Local	TER
Portugal	48,9	52,9	37,2	23,8	47,8	51,9	37	24,3
Centro	34,3	38,8	25,2	21,5	32,8	36,6	24,7	21,4
Região de Leiria	34,4	39,2	21	29,4	33,9	37,3	22,7	29,4
Pombal	30,5	39,6	20,9	16,5	32,7	43,5	21,1	22,4

Fonte: INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos, 2019

Apesar desta evolução positiva da taxa líquida de ocupação-cama, não deixam de ser valores baixos os registados no concelho, sendo de salientar os verificados em tipologias com uma expressão muito elevada no número de camas disponíveis, como é o AL, e numa tipologia como o TER que poderia ser uma âncora na valorização turística do concelho, nomeadamente nas áreas mais rurais e com maior potencial para o turismo de natureza.

Proveitos

Os proveitos totais³⁵ nos estabelecimentos de alojamento turístico do concelho eram, em 2018, de 1,5 milhões de euros, o que correspondia a 6,4% do total da Região de Leiria, valor apenas ultrapassado pelos registados nos concelhos de Leiria, Marinha Grande e Batalha. São as unidades hoteleiras que assumem maior preponderância na geração de receitas, concentrando 70,2% do total de proveitos obtidos (Tabela 17).

Tabela 17. Proveitos totais (milhares €) nos estabelecimentos de alojamento turístico, por tipologia de alojamento

Unidades territoriais	2017				2018			
	Total	Hotelaria	Alojamento Local	TER	Total	Hotelaria	Alojamento Local	TER
Portugal	3.681.207	3.323.544	262.953	94.711	3.986.553	3.569.784	312.872	103.897
Centro	316.308	257.896	38.247	20.164	332.790	272.087	38.314	22.389
Região de Leiria	22.472	18.849	2.728	896	23.106	19.730	2.564	812
Pombal	1.457	1.010	403	44	1.475	1.036	388	51

Fonte: INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos, 2019, e Anuário Estatístico da Região Centro, 2017

Se considerarmos apenas os proveitos de aposento, referentes aos valores cobrados pelas dormidas de todos os hóspedes nos estabelecimentos de alojamento turístico presentes no território, no ano de 2018, os estabelecimentos hoteleiros instalados no concelho de Pombal registaram um total na ordem dos 1,3 milhões de euros, mantendo praticamente o mesmo valor de 2017, e representando 7,3% dos proveitos de aposento totais

³⁵ Valores resultantes da atividade relacionada com aposento, restauração e outras que ocorrem nos meios de alojamento turístico.

registados na Região de Leiria, apenas ultrapassado pelos valores registados nos concelhos de Leiria, Marinha Grande e Batalha (Tabela 18).

Tabela 18. Proveitos de aposento (milhares €) nos estabelecimentos de alojamento turístico, por tipologia

Unidades territoriais	2017				2018			
	Total	Hotelaria	Alojamento Local	TER	Total	Hotelaria	Alojamento Local	TER
Portugal	2.737.998	2.435.186	227.461	75.350	2.993.197	2.633.189	277.424	82.584
Centro	223.796	180.390	27.373	16.033	235.260	189.121	28.244	17.895
Região de Leiria	16.937	14.306	1.965	666	17.224	14.742	1.805	677
Pombal	1.206	924	240	42	1.264	970	245	50

Fonte: INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos, 2019, e Anuário Estatístico da Região Centro, 2017

A exemplo do verificado relativamente aos proveitos totais, também os proveitos de aposento encontram uma maior expressão nas unidades hoteleiras do concelho de Pombal, concentrando 76,7% do total de proveitos obtidos nos estabelecimentos de alojamento turístico exclusivamente através do aposento. A maior divergência entre proveitos totais e de aposento é registada no AL.

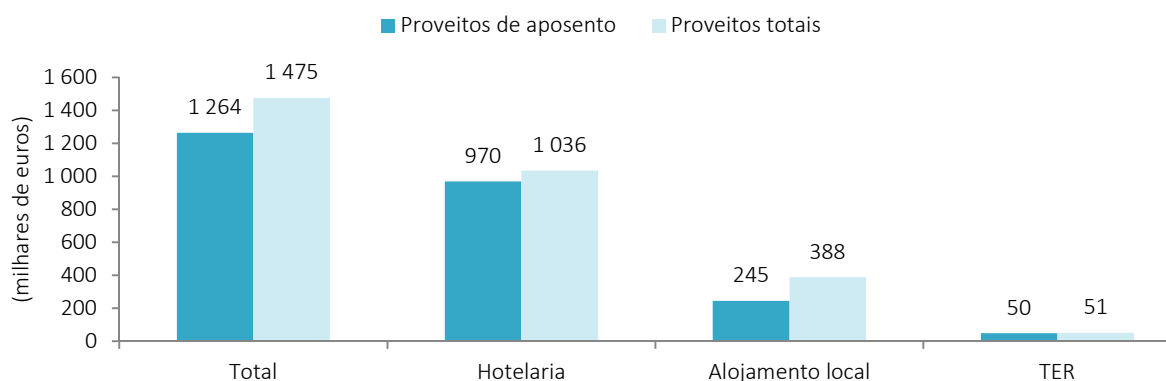


Figura 35. Proveitos totais e de aposento (milhares €) nos estabelecimentos de alojamento turístico, 2018

Fonte: INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos, 2019

Por último, analisando a rentabilidade média dos estabelecimentos, indicador que relaciona os proveitos com a capacidade de alojamento existente, dados do Anuário Estatístico da Região Centro de 2017, indicam um valor médio de 3.000€ gerados por cama nos estabelecimentos de alojamento turístico do concelho de Pombal. Este valor é mais baixo que os valores registados na Região de Leiria (3.700€), na Região Centro (3.800€) e a nível nacional (6.800€).

Proveniência de hóspedes estrangeiros

Apesar de um percurso tendencialmente positivo, em 2018 apenas 5.473 dos 29.709 hóspedes do concelho (Tabela 13) eram estrangeiros, o que correspondia a uma percentagem de 18,4%. Este é um valor substancialmente inferior ao registado a nível sub-regional (31%), regional (40,3%) e nacional (60,6%), e um dos mais baixos do conjunto de concelhos que compõem a sua sub-região.

O Retrato Territorial de Portugal (INE, 2017) apresenta o cálculo dos quocientes de localização³⁶ de hóspedes nos estabelecimentos de alojamento turístico segundo o país de residência, destacando-se, no caso do concelho de Pombal, o peso assumido pelos hóspedes franceses, com um quociente de localização de 1,2, ou seja, superior ao valor nacional que é 1,0. As outras proveniências de turistas, com expressão na balança turística nacional, ainda não assumem expressão em Pombal, vejam-se os valores do QL para proveniências como Espanha (0,6), Reino Unido (0,1) ou Alemanha (0,1), muito inferiores a 1 (Figura 36).

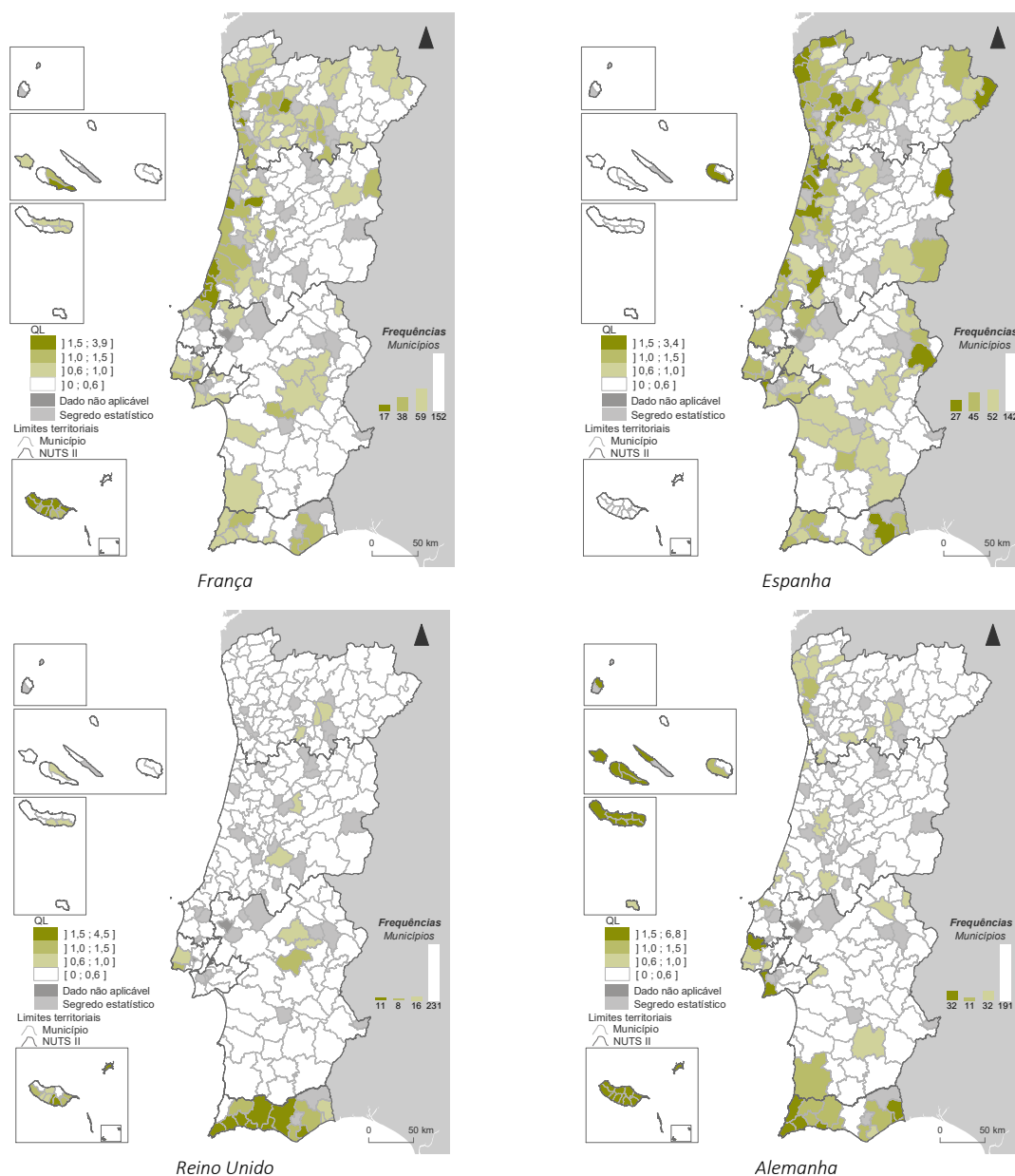


Figura 36. Quocientes de localização de hóspedes nos estabelecimentos de alojamento turístico, segundo o país de residência, 2016

Fonte: INE, Retrato Territorial de Portugal, 2017

³⁶ O quociente de localização (QL) corresponde a uma medida que permite aferir a sobre representação de um determinado grupo numa unidade territorial (na presente análise, o município) em relação a um contexto territorial mais amplo (na presente análise, considera-se o país).

De acordo com os dados do INE (2018) relativos à proveniência dos hóspedes estrangeiros nos estabelecimentos de alojamento turístico no concelho de Pombal, verifica-se a preponderância da Europa enquanto principal território emissor, representando 88% do total de hóspedes (4.831) e de dormidas (8.821). A América do Sul, com apenas 6%, assume-se como o segundo continente emissor, principalmente devido ao mercado brasileiro (Figura 37).

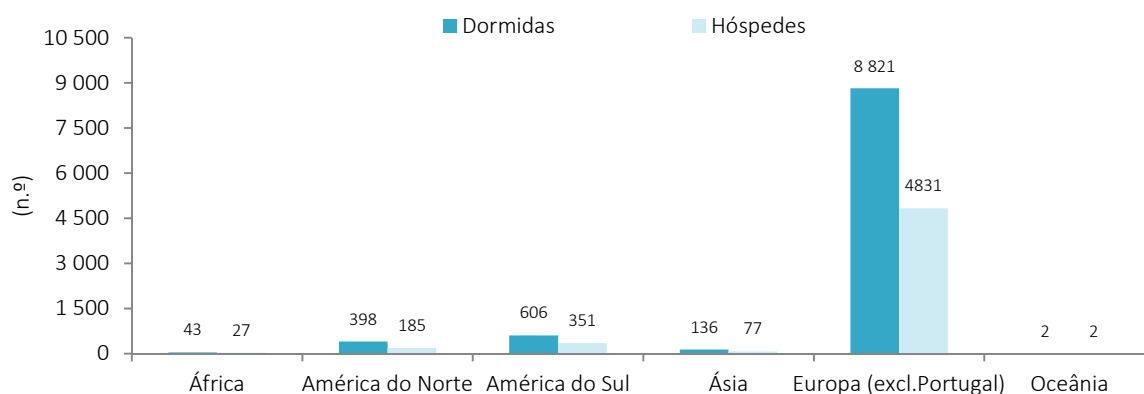


Figura 37. Dormidas e hóspedes (n.º) nos estabelecimentos de alojamento turístico no concelho de Pombal, por continente de proveniência, em 2018

Fonte: INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos, 2019

Relativamente às principais nacionalidades (Tabela 19), verifica-se um claro predomínio de França (39% do total de dormidas e 36% do total de hóspedes) e Espanha (20% do total de dormidas e 24% do total de hóspedes) como principais mercados emissores, seguidos do Brasil (6%), Bélgica (5%) e Alemanha (5%) no caso das dormidas e de Itália (7%), Brasil (6%) e Bélgica (4%) no caso dos hóspedes.

Tabela 19. Dormidas e hóspedes estrangeiros nos estabelecimentos de alojamento turístico no concelho de Pombal, por nacionalidade, em 2018

País de origem	Dormidas		País de origem	Hóspedes		País de origem	Estada média estimada (n.º de noites)
	v.a.	% (*)		v.a.	%		
França	3.898	39,0	França	1.953	35,7	Holanda	2,6
Espanha	2.021	20,2	Espanha	1.330	24,3	Suíça	2,3
Brasil	571	5,7	Itália	379	6,9	Alemanha	2,3
Bélgica	524	5,2	Brasil	329	6,0	Bélgica	2,2
Alemanha	492	4,9	Bélgica	235	4,3	Reino Unido	2,1
Itália	434	4,3	Alemanha	212	3,9	França	2,0
Reino Unido	318	3,2	Reino Unido	150	2,7	Canadá	1,9
Suíça	285	2,8	Suíça	125	2,3	Brasil	1,7
Holanda	231	2,3	Canadá	120	2,2	Espanha	1,5
Canadá	229	2,3	Holanda	90	1,6	Itália	1,1

(*) % relativa ao total de dormidas de estrangeiros

Fonte: INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos, 2019

A proveniência de hóspedes estrangeiros encontra natural concordância com a proveniência associada às dormidas, conforme pode ser observável pela análise da Tabela 19, a qual também permite verificar um tempo de estada média dos hóspedes por proveniência.

Visitantes

Relativamente às dinâmicas de visitação observadas no concelho de Pombal, dados referentes ao número de visitantes de museus em 2018 (Tabela 20) apontam para um registo de 14.727, valor que corresponde a 6,4% do total observado para a Região de Leiria, sendo o segundo valor mais expressivo da região, apenas ultrapassado pelo concelho de Leiria. Este indicador conheceu uma evolução muito positiva após as obras de requalificação do Castelo de Pombal.

Os visitantes estrangeiros de museus no concelho de Pombal correspondiam apenas a 8,9% do total, um valor muito inferior ao verificado para a Região de Leiria (20,4%), embora tenha verificado um crescimento de 75% face a 2012, ainda assim quase metade da evolução positiva verificada em igual período   escala sub-regional.

Tabela 20. Visitantes de museus (n. ), por proveniência e taxa de variação 2012-2018

Unidades territoriais	Visitantes (total)			Visitantes (estrangeiros)		
	2012	2018	Taxa de Variação 2012-2018	2012	2018	Taxa de Variação 2012-2018
	N.�	N.�	%	N.�	N.�	%
Portugal	10.066.934	19.494.106	93,6	3.211.124	9.287.559	189,2
Centro	1.164.034	2.423.503	108,2	153.583	522.972	240,5
Região de Leiria	135.136	227.035	68,0	19.697	46.261	134,9
Pombal	6.240	14.727	136,0	749	1.311	75,0

Fonte: INE, Inquérito aos museus, 2019

Complementarmente aos dados do INE, os dados disponibilizados pelo Município de Pombal referentes ao número de visitantes nos três principais espaços museológicos da cidade e do concelho (Castelo de Pombal, Museu Marquês de Pombal e Museu de Arte Popular Portuguesa), mostram um cenário substancialmente mais positivo.

No que diz respeito ao Castelo de Pombal, observa-se uma tendência de aumento do número de visitantes desde a sua reabertura, em abril de 2014, passando dos 18.593 registados nesse ano para os 21.906 registados em 2018, dos quais 24,1% eram visitantes estrangeiros (Figura 38). Relativamente   proveniência dos visitantes estrangeiros, dados de 2018 indicam França (31,6%), Brasil (20,7%) e Espanha (12,8%) como os principais países de origem. Uma análise aos dados mensais de visitação entre 2014 e 2018 (Anexo 1), mostra um pico de afluência nos meses de verão, com especial incidência em agosto. Desde a sua reabertura, em abril de 2014, e até ao final de 2018, o Castelo de Pombal registou um acumulado de 103.446 visitantes, dos quais 22.650 correspondem a visitantes estrangeiros (21,9%).

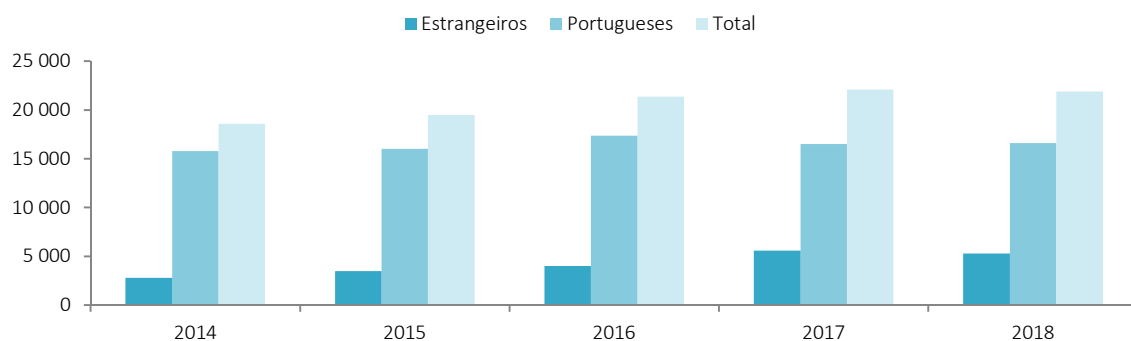


Figura 38. Visitantes (n.º) registados no Castelo de Pombal, por proveniência, entre 2014 (abril) e 2018

Fonte: Município de Pombal, 2019

Os dados do Posto de Turismo instalado no Castelo de Pombal, mostram, em 2018, terem sido prestadas informações a 3.675 visitantes, sobretudo a visitantes estrangeiros (54,7% do total) oriundos de França (28,2%), Brasil (21,2%), Espanha (13,4%), entre outras nacionalidades com menor representatividade.

Quanto aos fluxos de visitantes aos principais museus da cidade e do concelho, nomeadamente o Museu Marquês de Pombal e o Museu de Arte Popular Portuguesa, ambos de entrada gratuita, dados cedidos pelo Município de Pombal, indicam um total de 53.062 visitantes entre 2007 e 2018 no caso do primeiro e 65.777 no caso do segundo, em igual período. Em ambos os casos, a proporção de visitantes estrangeiros é residual (9,2%).

Conforme pode ser observado na Figura 39, o Museu Marquês de Pombal registou um pico de visitantes em 2015, coincidindo com o maior volume de visitantes ao Castelo de Pombal, após a sua reabertura, demonstrando que existe uma lógica de complementaridade/circuito de visitação entre estes espaços. Após o pico registado em 2015, registou-se uma quebra no número de visitantes em 2016 e 2017 invertida em 2018.

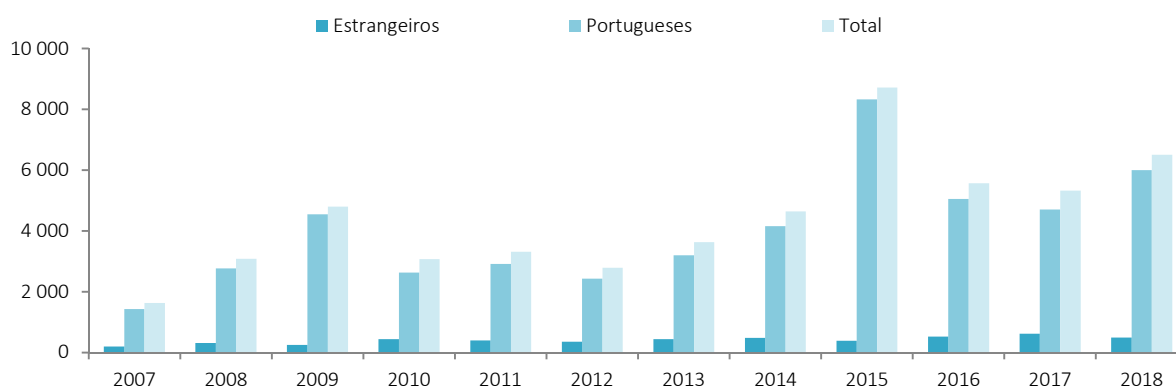


Figura 39. Visitantes (n.º) registados no Museu Marquês de Pombal, por proveniência, entre 2007 e 2018

Fonte: Município de Pombal, 2019

Já no caso do Museu de Arte Popular Portuguesa, a análise da Figura 40 permite observar, a exemplo do verificado para o Castelo de Pombal e para o Museu Marquês de Pombal, um pico de visitantes em 2015, embora não tenha registado uma quebra tão acentuada em 2016. Em 2018 registaram-se 8.226 visitantes neste Museu, valor muito superior aos 517 visitantes registados em 2007.

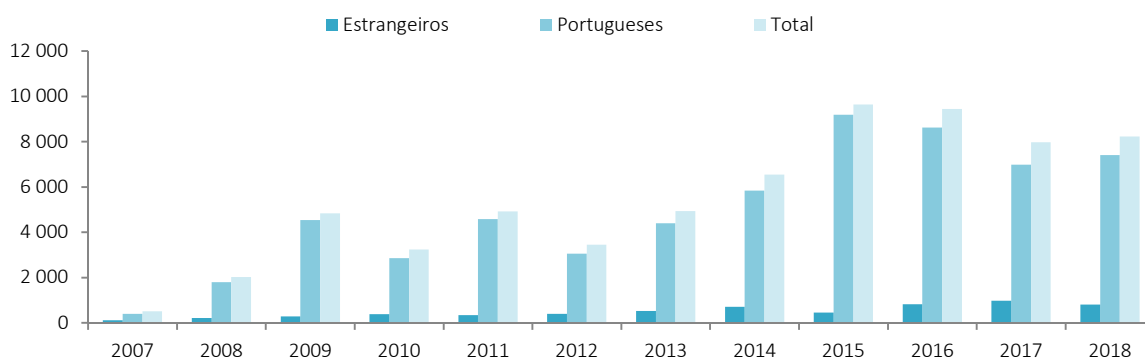


Figura 40. Visitantes (n.º) registados no Museu de Arte Popular Portuguesa, por proveniência, entre 2007 e 2018

Fonte: Município de Pombal, 2019

Embora seja lógico concluir que os visitantes percorrem os três espaços em que a autarquia regista dados, o somatório dos dados de visitação de cada espaço, entre 2014 e 2018, perfaz um total de 176.036 visitantes, com o Castelo a ser o principal ponto de visitação, com quase 60% do total (Tabela 21).

Tabela 21. Visitantes (n.º) registados no Castelo de Pombal, Museu Marquês de Pombal e Museu de Arte Popular Portuguesa

Espaços Museológicos	2014	2015	2016	2017	2018	Total	
	N.º	N.º	N.º	N.º	N.º	N.º	%
Castelo de Pombal	18.593	19.481	21.366	22.100	21.906	103.446	58,8%
Museu Marquês de Pombal	4.638	8.715	5.571	5.324	6.501	30.749	17,5%
Museu de Arte Popular Portuguesa	6.551	9.644	9.449	7.971	8.226	41.841	23,8%
Total	29.782	37.840	36.386	35.395	36.633	176.036	100%

Fonte: Município de Pombal, 2019

COMUNICAÇÃO EXTERNA E INTERNA DO DESTINO

Para a análise do contexto turístico atual é fundamental analisar a comunicação existente através das entidades de cariz nacional e regional que têm nas suas competências a promoção turística dos territórios que as integram, sendo esse o propósito deste ponto. Aqui é efetuada uma análise à forma como é feita a comunicação do “destino” Pombal, quer através das principais redes/plataformas de cariz regional e sub-regional que Pombal integra, quer através da própria abordagem municipal à promoção do concelho enquanto destino turístico.

Conforme observado nas tendências globais que se configuram perante o turismo, os territórios devem encarar as suas estratégias de promoção turística e de *marketing* territorial numa perspetiva cada vez mais adaptadas às tendências de consumo e estilos de vida atuais, numa aposta crescente na transparência, na acessibilidade, na interação e na simplicidade aliada à multifuncionalidade, apelativa a diversos públicos, mas principalmente às gerações mais jovens, enquanto principais utilizadores de tecnologias digitais. Atualmente restam poucas dúvidas sobre a importância e o impacto das novas tecnologias de informação no setor do turismo, com a internet a assumir-se como um dos principais agentes de mudança no comportamento do consumidor, não só pela facilidade de utilização e conseqüente recolha de informação, mas também na multiplicação das hipóteses de

escolha. A promoção turística do território passa, em grande medida, pela sua presença e visibilidade nos principais canais digitais de comunicação do destino a diversas escalas.

A **nível regional**, a promoção do destino Centro de Portugal é concretizada pela Entidade Regional do Turismo Centro de Portugal (ERTCP), no que ao mercado nacional e internacional de proximidade (Espanha) diz respeito, e pela Agência Regional de Promoção Turística (ARPT) do Centro, com responsabilidade a nível internacional. No caso específico do presente trabalho, a promoção da oferta está integrada na denominada [Região de Leiria](#), no portal [Turismodocentro](#), sendo possível encontrar informação por município.

Para além de uma página dedicada ao concelho de Pombal³⁷, também é possível consultar informação através de elementos que se podem descarregar, como é o caso do [Guia Turístico | Região de Leiria](#), que faz as seguintes referências relativas a Pombal:

- **O que visitar:** integrado nos Castelos, encontra-se o Castelo de Pombal e nos monumentos e outros elementos patrimoniais, a Igreja de Nossa Senhora do Cardal e o Convento do Louriçal, com a indicação da localização, contactos e horário. Na categoria referente aos museus, destaque para o Museu de Arte Popular Portuguesa, o Museu Marquês de Pombal, o Núcleo Museológico Museu Maria do Lado - Convento do Louriçal, o Núcleo Museológico João de Barros e o Núcleo Museológico do Rancho Folclórico da Redinha.
- **Natureza:** Praia do Osso da Baleia (praia oceânica), Mata Nacional do Urso, a Serra de Sicó e a Estrada Atlântica, com destaque para a ciclovia que se desenvolve paralelamente ao mar. Também é feita referência a 4 percursos pedestres, homologados pela Federação de Campismo e Montanhismo de Portugal: GR 26 Grande Rota Terras de Sicó – Rota do Azeite; GR 26 Grande Rota Terras de Sicó – Rota da Tauromaquia; GR 26 Grande Rota Terras de Sicó – Rota do Paleolítico; GR 26 Grande Rota Terras de Sicó – Rota do Lapiás.
- **Eventos, feiras e mercados:** Mercado Medieval (abril), Festas do Bodo (julho) e Feira Nacional de Artesanato e Tasquinhas (setembro).

É igualmente possível descarregar a [Road Trips | Região de Leiria](#) que propõe um percurso de 167 km onde se focam diversos pontos do concelho de Pombal, nomeadamente o troço da Estrada Atlântica, com referências à Praia do Osso da Baleia, até ao Louriçal, onde é dado destaque ao seu Convento e ao património religioso da vila, com sugestão de paragem na cidade de Pombal para visita ao seu Castelo.

³⁷ <https://turismodocentro.pt/concelho/pombal/> (acedido em abril de 2020).



Figura 41. Guia turístico “Região de Leiria” e Road Trips “Região de Leiria”
 Fonte: <https://turismodocentro.pt/regiao/leiria/>, abril 2020

Ainda no portal [Turismodocentro](https://turismodocentro.pt), no separador [Interesses](#), são apresentados produtos com interesse na Região, nomeadamente Saúde e bem-estar, Gastronomia e Vinhos, Fé e Tolerância, Passeios pelo Património, Natureza, Rotas Temáticas, Atividades ao Ar Livre, Arte e Cultura, Desporto e Aventura.

No separador referente ao produto [Natureza](#) é feita uma breve referência à Serra de Sicó, embora sem referência ao concelho de Pombal, verificando-se a ausência de qualquer referência a Pombal nos restantes produtos e ao nível de atividades a realizar, como por exemplo passeios na natureza, desporto de aventura, desportos náuticos, roteiros pelo património ou atividades relacionadas com o turismo religioso.

A nível internacional a promoção é da responsabilidade da ARPT, sendo o portal centerofportugal.com o agregador da informação disponibilizada no universo virtual. O portal está traduzido em quatro idiomas (inglês, francês, espanhol e alemão). Neste portal a oferta está estruturada por:

- **Destinos:**
 - Cidades: Aveiro, Viseu, Guarda, Covilhã, Coimbra, Figueira da Foz, Castelo Branco, Leiria, Batalha, Fátima, Tomar, Nazaré, Alcobaça, Óbidos, Peniche, Abrantes e Caldas da Rainha;
 - Outros Destinos: Serra da Estrela, Aldeias Históricas de Portugal, Aldeias do Xisto.
- **O que fazer:**
 - Festivais e eventos;
 - Roteiros: Passeios de Moliceiro na Ria de Aveiro, *Birdwatching* no Centro de Portugal, Castelos de Fronteira, Surfar no Centro de Portugal, Rota dos Vales Glaciários, Crianças e Famílias, A Rota da Lã – Translana, Rota das Judiarias, Roteiro da Universidade de Coimbra – Património Mundial da UNESCO, *Cycling* na região de Aveiro, Rotas de Cerâmica, A rota do bacalhau, A Viagem do Elefante, A Rota das Cerejas, Rota dos Jardins, Rota Bortalina, Rota do Património Mundial da UNESCO, Aristides de Sousa Mendes: o cônsul insubordinado.
 - Natureza: Serra da Estrela, Parque Biológico da Serra da Lousã, Reserva Natural da Faia Brava, *Birdwatching* no Centro de Portugal, Parque Natural das Serras de Aire e Candeeiros, Berlengas,

Reserva Natural da Serra da Malcata, Geopark Naturtejo da Meseta Meridional, Parque Natural do Tejo Internacional, Parque Natural da Serra da Estrela, Reserva Natural das Dunas de São Jacinto.

- Golfe: Praia D’El Rey Golf Course, West Cliffs, Royal Óbidos Spa & Golf Resort, Montebelo Golfe, Guardian Bom Sucesso Golf.
- Romance: Rota dos Jardins, A Lenda de Pedro e Inês, Quinta das Lágrimas.
- Religião e Espiritualidade: Fátima e Belmonte (judaísmo).
- *Cycling*: Estrada Atlântica – Ecopista, BioRia Estarreja, *Cycling* na região de Aveiro, *Cycling* em Castelo Branco; Eco-Pista do Dão.
- Crianças e Famílias: Grutas da Moeda, Museus do Brincar, Dino Parque Lourinhã, Buddha Eden Garden, Museu Marítimo de Ílhavo, Museu do Brinquedo, Costa Nova, Portugal dos Pequenitos.
- *Walking*: Passadiços de Aveiro; Passadiços das arribas da Foz do Arelho, Por terras de Sicó, Parque Arqueológico do Vale do Côa, Vale do Côa Património Mundial da UNESCO, Geopark Naturtejo da Meseta Meridional.

Face a este contexto, destaca-se a escassa expressividade da Região de Leiria na promoção internacional, sendo apenas feita referência aos seguintes elementos, tendo em conta a sua relevância para o concelho de Pombal:

- Serra de Sicó, onde se destaca os inúmeros vestígios arqueológicos de importância e os trilhos da serra (passeios de bicicleta ou caminhadas) (www.centerofportugal.com/pt/por-terras-de-sico/).
- Estrada Atlântica – Ecopista onde se destaca como principais pontos de interesse a Mata Nacional do Urso, onde se desenvolve a ciclovias; as minas de sal-gema do Carriço; e a Praia do Osso da Baleia (www.centerofportugal.com/pt/estrada-atlantica-ecopista/).

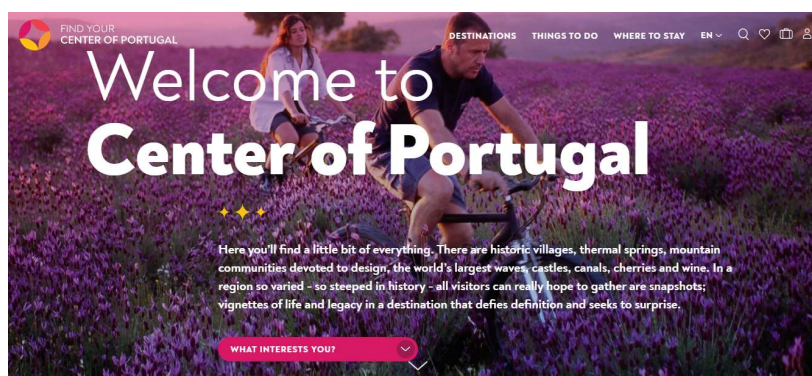


Figura 42. Portal Centro de Portugal - ARPT
 Fonte: www.centerofportugal.com/, abril 2020

A nível **sub-regional**, e por via da delegação de competências na área do Turismo, importa referir o papel desempenhado pela Comunidade Intermunicipal da Região de Leiria - CIMRL, a qual, em parceria com os seus municípios, nos quais Pombal se inclui, tem realizado diversas iniciativas de promoção turística sub-regional, sobretudo integradas em projetos cofinanciados pelos FEEI, com destaque para as já referidas operações “[Produtos Turísticos da Região de Leiria](#)” e “[Região de Leiria – Rede cultural](#)”. Destaca-se igualmente a presença

da CIMRL na Bolsa de Turismo de Lisboa (BTL) (Figura 43), na qual cada município integrante teve oportunidade de se promover, tendo Pombal marcado presença. A página oficial da CIMRL disponibiliza ainda a agenda cultural e informação genérica sobre cada município.



Figura 43. Presença na BTL – CIMRL (2017)

Fonte: online em pombaljornal.pt e sistema4.pt, outubro 2019

Destacam-se igualmente iniciativas anteriormente desenvolvidas pela extinta Comunidade intermunicipal do Pinhal Litoral, da qual fazia parte o Município de Pombal, nomeadamente o “Plano de *marketing/branding* regional e estratégia de internacionalização da Rede Urbana para a Competitividade e Internacionalização do Pinhal Litoral”. A sub-região do Pinhal Litoral integrava cinco municípios (Batalha, Leiria, Marinha Grande, Pombal e Porto de Mós) tendo desenvolvido, em 2011, um instrumento estratégico de *marketing*, que propôs a segmentação, *targeting* e posicionamento em matéria de destino turístico e destino de investimento empresarial.

A **nível municipal**, na sua ação em termos de promoção turística, o [Município de Pombal](http://www.cm-pombal.pt) aposta numa presença *online* centrada no portal do Município e nas redes sociais, nomeadamente [Facebook](https://www.facebook.com/cm.pombal) e [Instagram](https://www.instagram.com/cm.pombal). O portal do Município³⁸, disponível apenas em português, apresenta um separador destinado à promoção turística do território, “Visitar”, através do qual é possível aceder, embora de forma não muito intuitiva³⁹, a informação referente a alojamento (“Onde Ficar”), a restauração (“Onde Comer”) e a dados genéricos quanto a acessibilidades, caracterização e história do território e contactos úteis. Dentro do mesmo separador “Visitar”, é possível aceder a informação sobre “Onde Ir”, apresentando-se informação quanto aos principais recursos turísticos do concelho, incidindo individualmente em cada freguesia, e sobre “O que fazer?”, onde é disponibilizada a agenda de eventos, informação sobre rotas e circuitos pedestres e sobre pontos de interesse do concelho, nomeadamente a Praia do Osso da Baleia e a Serra de Sicó. É ainda apresentada informação quanto à localização, contactos e período de funcionamento do Posto de Turismo.

³⁸ www.cm-pombal.pt (acedido em outubro de 2019).

³⁹ A atual forma de navegação é pouco imediata, verificando-se a apresentação de demasiada informação/vários tópicos por “menu” o que pode provocar a perda de interesse e a dificuldade na pesquisa por parte dos utilizadores.

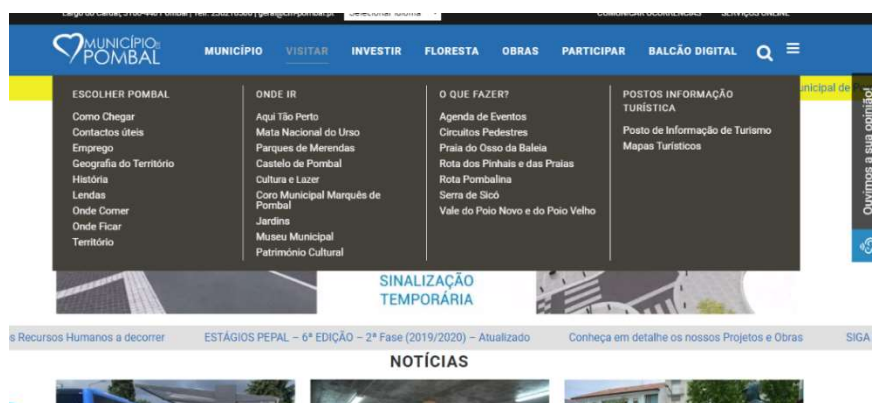


Figura 44. Portal do Município de Pombal – separador “Visitar”

Fonte: Município de Pombal, 2019

Destaca-se ainda a *app* “Município de Pombal que disponibiliza informação municipal generalista, incluindo um separador turismo onde se encontra informação descritiva sobre circuitos turísticos, onde ficar, onde comer e informação georreferenciada sobre rotas e percursos. Os conteúdos estão parcialmente disponíveis em inglês, espanhol e francês.

Nas redes sociais, as páginas oficiais do Município no [Instagram](#) e no [Facebook](#) assumem um cariz mais generalista e não apenas de divulgação turística do concelho, embora esta componente assuma alguma importância nos conteúdos publicados. Em permanência na página de *Facebook* do Município é possível aceder a um vídeo de promoção turística do concelho, “Pombal 5 Sentidos”⁴⁰, assente no mote “O meu Coração Bate por Pombal”, que conta com mais de 5.200 partilhas e mais de 165 mil visualizações. Existe ainda uma página oficial de *Facebook* dedicada ao Castelo de Pombal e destinada a promover este monumento em particular e as atividades que aí ocorrem.

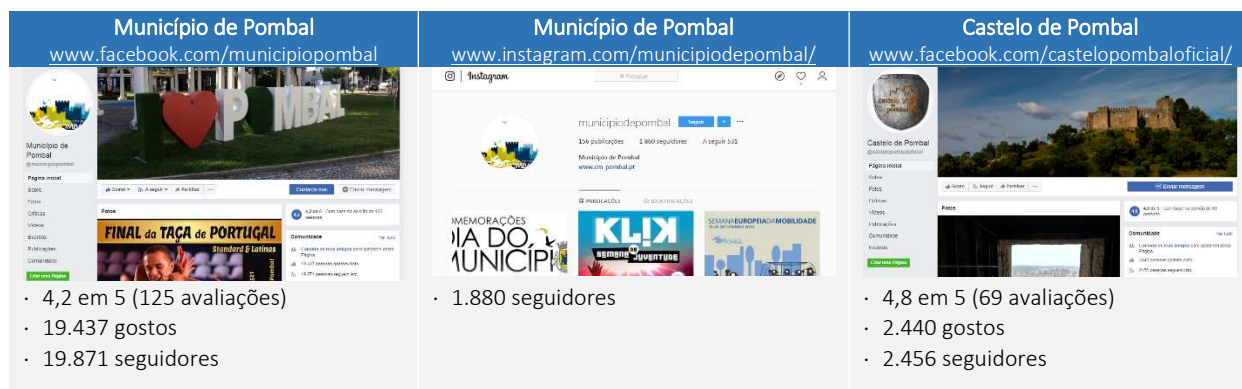


Figura 45. Redes sociais com impacto na promoção turística do território (dados referentes a dezembro 2019)

Para além da presença *online*, a promoção turística de Pombal é feita através da participação em feiras e eventos de referência no setor, com destaque para a presença de Pombal, a título individual, em três edições da Feira Ibérica de Turismo (FIT) (Figura 46).

⁴⁰ www.facebook.com/municipiopombal/videos/324119647786984/ (acedido em outubro de 2019).



Figura 46. Presença do Município de Pombal na FIT

Fonte: Município de Pombal, outubro 2019

Embora não exerça competências ao nível da promoção turística, importa destacar o papel da [Terras de Sicó](#), Associação de Desenvolvimento, que Pombal integra em conjunto com outros cinco concelhos (Ansião, Alvaiázere, Soure, Penela e Condeixa), na qual a promoção turística é concretizada através de uma área no [portal](#) dedicada ao setor. Disponível apenas em português, encontra-se informação sobre alojamento turístico, restauração, museus, rotas temáticas, património natural, produtos e atividades a realizar, assim como consultar uma agenda de eventos para o território.

3.4 Síntese

3.4.1 Análise SWOT

PONTOS FORTES	ÁREAS DE MELHORIA/PONTOS FRACOS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Localização estratégica no (1) contexto nacional, numa posição intermédia entre os centros urbanos de Lisboa e Porto, sustentada em excelentes acessibilidades rodoviárias nas ligações norte-sul e este-oeste (A1, A17, IC8, IC2) e ferroviárias (Linha do Norte e Linha do Oeste), permitindo uma rápida conectividade com os aeroportos de Lisboa e Porto; e no (2) contexto regional, próxima de centros urbanos estruturais, com dinâmicas económicas, sociais e turísticas favoráveis (Coimbra, Leiria, Figueira da Foz, Fátima), reforçando as dinâmicas demográficas, económicas e sociais globalmente positivas observáveis no concelho. ▪ Amenidade do clima, com características que privilegiam as atividades ao ar livre. ▪ Espaços naturais diferenciadores e únicos – orla costeira/Praia do Osso da Baleia, Mata Nacional do Urso e Maciço Calcário da Serra de Sicó (com área integrada em Rede Natura 2000) que conferem uma diversidade e riqueza paisagística, num território que se prolonga desde o ambiente serrano do Maciço Calcário de Sicó ao Oceano Atlântico, resultando numa multiplicidade de recursos naturais com potencial de dinamização do ponto de vista turístico. ▪ Riqueza do património histórico e cultural, material (arquitetónico, arqueológico, urbanístico) e imaterial (romanização, herança templária, invasões francesas, lendas). ▪ Crescente reconhecimento e afirmação de atividades de lazer ligadas à natureza e aos elementos naturais, nomeadamente nos domínios do pedestrianismo, escalada, BTT, espeleologia, entre outras atividades focadas na experiência, no turismo ativo e de aventura. ▪ Figura de Marquês de Pombal através do legado visível ao nível do património edificado e da afirmação de identidade e diferenciação da cidade e do concelho. ▪ Riqueza e diversidade do património religioso, suportado essencialmente na importância da vila de Lourçal e do seu Convento, nas tradições religiosas que marcam as festividades dos lugares e nos Caminhos de Fátima. ▪ Agenda cultural diversificada, com a afirmação de eventos com capacidade de mobilização regional. ▪ Realização de eventos desportivos, de índole profissional e amadora. ▪ Evolução positiva do número de hóspedes e de dormidas, associada a uma redução da sazonalidade, do tempo de permanência no território e a um aumento dos proveitos nos estabelecimentos de alojamento turístico. ▪ Evolução positiva da proporção de hóspedes estrangeiros, tendo França e Espanha como principais mercados, o Brasil como mercado em ascensão e a Holanda, Bélgica, 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Envelhecimento populacional e recessão demográfica que colocam desafios à sustentabilidade económica do concelho e ao necessário suporte à dinamização da atividade turística, nomeadamente quanto ao acesso a recursos humanos qualificados e a dinâmicas de empreendedorismo na iniciativa privada. ▪ Comunicação, com uma presença pouco significativa em plataformas nacionais e regionais de promoção e divulgação, assim como nas principais referências em termos de roteiros turísticos e canais de venda e promoção do destino a nível nacional e internacional. ▪ Insuficiente estruturação dos recursos turísticos existentes e dos recursos endógenos, sem oferta de produto turístico. ▪ Concentração de dinâmicas na sede de concelho, com escassa valorização dos elementos âncora e distintivos do território como palcos de atividades diferenciadoras. ▪ Áreas de conflito entre a atividade turística e a conservação e valorização do património natural (área percorrida por incêndios florestais na Mata do Urso, pedreiras na Serra de Sicó, poluição de cursos de água) e construído. ▪ Debilidades em termos da qualidade e quantidade da oferta de alojamento turístico, sobretudo no segmento médio-alto e superior. ▪ Escassa articulação e escala das redes de cooperação entre agentes e entidades com ação ao nível da atividade turística (entidades públicas, entidades privadas, associativismo, população em geral). ▪ Localização do Posto de Turismo, falta de informação sobre conceito multiposto noutros espaços públicos, ausência de informação turística em pontos fundamentais, ausência de informação turística nas freguesias e lacunas ao nível da sinalética para recursos turísticos e informação sobre roteiros turísticos. ▪ Articulação com estratégias de cariz supramunicipal, em particular com a afirmação do concelho no contexto da sub-região de Turismo (Região de Leiria) e em segmentos de turismo natureza que se constituem como referências estratégicos da promoção do Centro de Portugal.

Alemanha e Reino Unido como mercados que procuram em Pombal características associadas ao mundo rural e à relação com a natureza e as atividades rurais.

- Afirmação de Pombal numa posição de alguma robustez ao nível da atividade turística face aos territórios envolventes, suplantada por territórios com uma posição mais consolidada (Ourém, Coimbra, Figueira da Foz, Leiria ou Tomar) com os quais deve assumir uma posição de complementaridade, mas globalmente superior à verificada em territórios com realidades e escalas semelhantes.

OPORTUNIDADES

- Aumento da procura de atividades associadas a destinos sustentáveis / património natural (paisagem rural e diversificada do Maciço Calcário de Sicó e Praia do Osso da Baleia/Mata do Urso e a prevista abertura de uma nova frente de praia a sul).
- Interesse pelo turismo cultural e programas específicos segmentados para diferentes públicos através da aposta em produtos ligados à história e identidade, passando pela figura e legado do Marquês de Pombal, pela diversidade e riqueza de recursos endógenos e pela autenticidade dos lugares e das tradições.
- Aumento da procura em segmentos turísticos com potencial em Pombal: produtos de nicho (praia selvagem, espeleologia, religião); desporto e competições; turismo de negócios e industrial; férias ativas e turismo de aventura.
- Tendência para visitas de curta duração, adaptadas à dimensão do território.
- Crescente importância dos valores naturais e de fatores ligados à sustentabilidade ambiental e ao uso sustentável dos recursos.
- Utilização das tecnologias em viagem através das plataformas digitais para consulta de informação e compra de produtos turísticos e culturais *online*.
- Capacidade de atração de territórios envolventes (Coimbra, Leiria, Ourém/Fátima e Figueira da Foz) com possibilidade de capitalização.
- Aposta da integração do concelho de Pombal em redes e parcerias de cariz supramunicipal, integrando projetos conjuntos que articulem estratégias focadas nas características de cada território (por exemplo, Terras de Sicó, Região de Leiria e Turismo do Centro).
- Possibilidade de integração em redes internacionais focadas em elementos distintivos existentes no território que permitem um aumento exponencial do alcance em públicos específicos com interesse nesses elementos.

AMEAÇAS

- Concorrência de destinos turísticos nacionais e internacionais com maior prestígio e reconhecimento no mercado e que oferecem experiências/produtos turísticos integrados.
- Escassa comunicação e integração em plataformas regionais, nacionais e internacionais de turismo.
- Conjuntura económica com algumas debilidades, com impacto ao nível do investimento na área do turismo.
- Conjuntura geopolítica, com destaque para o Brexit e respetivos impactos no setor do turismo.
- Dificuldade de adaptação face às exigências e expectativas cada vez maiores por parte dos visitantes, nomeadamente no que se refere à formação dos agentes turísticos e à inovação e diferenciação da oferta.
- Dificuldade em fidelizar os visitantes a destinos e marcas, devido à tendência para a diminuição do número de visitas repetidas ao mesmo destino e à procura de novas experiências e produtos.
- Impacto da situação pandémica atual relacionada com o COVID-19 no setor do turismo.

3.4.2 Fatores críticos de sucesso/desafios

Com base no balanço apresentado que sintetiza e aborda as várias dimensões que influenciam e configuram a atividade turística em Pombal, importa identificar um conjunto de fatores críticos a acautelar no contexto da estratégia e plano de desenvolvimento turístico:

Necessidade de foco e seletividade

Face à existência de diversos recursos com potencial de aproveitamento turístico no território (elementos patrimoniais naturais, paisagísticos, históricos e culturais), salienta-se a necessidade de foco e seletividade na identificação dos recursos para proceder à sua respetiva qualificação e valorização como elementos centrais no incremento da atratividade e da visitação turística do concelho de Pombal.

Resiliência nas apostas e comunicação das mesmas

Para além de identificar quais as apostas de maior potencial neste território e articulá-las no sentido de reforçar o seu nível de atratividade, importará definir uma imagem de marca assim como formas criativas e eficazes de a comunicar. A comunicação constitui um elemento fundamental no processo de afirmação turística de Pombal e do seu reforço num contexto mais alargado, devendo incidir numa imagem credível e inovadora do território, facilmente reconhecível e sustentada numa estratégia de marketing territorial forte e coesa.

Incorporação de fatores distintivos na oferta

Neste contexto destaca-se a importância da criação de produtos e serviços turísticos inovadores, diferenciadores e alternativos face ao existente, sustentados em elementos que distingam o território da envolvente, que tenham em consideração uma adaptação às tendências para o turismo observadas a nível global e ao perfil de um consumidor cada vez mais consciente e informado que procura atividades mais focadas na experiência, na autenticidade e na sustentabilidade social e ambiental.

Produtos de nicho e assertividade na sua comunicação e valorização

Pombal deverá beneficiar das tendências globais que se assistem no setor do turismo, nomeadamente daquelas para as quais apresenta características e capacidade de afirmação, destacando-se a oferta de produtos de nicho (desporto/competição, naturismo, espeleologia, religião). Paralelamente deverá ser desenvolvida uma estratégia de valorização e de comunicação dirigida a estes públicos específicos.

Integração em redes e parcerias

Neste contexto destaca-se a relevância da aposta contínua na participação em redes supramunicipais, regionais, nacionais e europeias, integrando projetos que articulem estratégias focadas nas características de cada território, promovendo a sua valorização e promoção turística e aumentando o espetro e capacidade de alcance da promoção turística.

4. POSICIONAMENTO E ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO



4. POSICIONAMENTO E ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

4.1 Posicionamento

O posicionamento pode ser genericamente definido como o processo de conceção de uma proposta de valor em função de um determinado público-alvo, a qual deverá ser por este compreendida como distinta e atrativa face às propostas de valor concorrentes.

Neste sentido, a estratégia de posicionamento assumida para o turismo no concelho de Pombal tem por base os resultados do diagnóstico do posicionamento atual e a aferição do potencial de atratividade e diferenciação do destino turístico:

- **Posicionamento atual:** reflete a atual estratégia de inserção no mercado;
- **Posicionamento proposto:** reflete a estratégia através da qual se pretende mitigar as fragilidades e explorar as potencialidades do posicionamento atual, com vista a alcançar um determinado público-alvo, aperfeiçoando a competitividade face à concorrência e criando uma oferta diferenciada no imaginário do consumidor.

A definição do posicionamento exige a escolha de um critério, capaz de balizar as ações e iniciativas que se pretendem levar a cabo com a estratégia de marketing turístico, por forma a comunicar a oferta existente e a realçar o seu carácter distinto. Segundo Kotler (1994), existem seis critérios a partir dos quais se poderá definir um posicionamento:

Posicionamento por atributo	•A diferenciação é realizada com base nas características endógenas do produto em questão.
Posicionamento por benefício	•A diferenciação faz-se tendo em consideração a capacidade de o produto em apreço oferecer soluções a problemas ou necessidades detetados.
Posicionamento por uso/aplicação	•A diferenciação faz-se por via do realce da especificidade e/ou utilidade do produto em determinadas ocasiões.
Posicionamento por utilizador	•A diferenciação faz-se tendo como referências as características específicas do público-alvo.
Posicionamento por concorrente	•A diferenciação é realizada com base na comparação implícita ou explícita do produto com o concorrente.
Posicionamento por preço/qualidade	•A diferenciação é feita a partir de uma análise custo-benefício.

Figura 47. Critérios para a definição de um posicionamento, segundo Kotler (1994)

De acordo com esta análise, definir-se-á o posicionamento proposto tendo por base o critério atributo, ou seja, sustentado nos recursos, produtos e serviços existentes no território aos quais se reconhecem o potencial de atratividade e a capacidade de amplificar a notoriedade do concelho de Pombal nos mercados potenciais.

4.1.1 Posicionamento atual

Com base no diagnóstico realizado⁴¹, foi possível constatar que Pombal, atualmente, detém uma capacidade limitada de diferenciação face à concorrência. Da análise comparativa com a envolvente, nomeadamente com os territórios potencialmente concorrentes e/ou complementares⁴², foi possível retirar as seguintes ilações:

- Posição intermédia de Pombal no conjunto dos 19 concelhos analisados relativamente à capacidade instalada (oferta de alojamento e operadores turísticos) e às dinâmicas de procura e visitação do território.
- Desempenho distinto do verificado nos núcleos urbanos de maior dimensão (Coimbra e Leiria) e territórios com uma vocação turística mais expressiva (Figueira da Foz, Batalha, Marinha Grande, Tomar ou Ourém).
- Proporção de hóspedes estrangeiros inferior à registada na maioria dos territórios em análise e período de estada média mais baixo.
- Sazonalidade das dormidas inferior ao verificado na generalidade dos territórios em análise.

Neste âmbito, o esquema seguinte sintetiza o posicionamento atual do concelho de Pombal face aos territórios de proximidade:

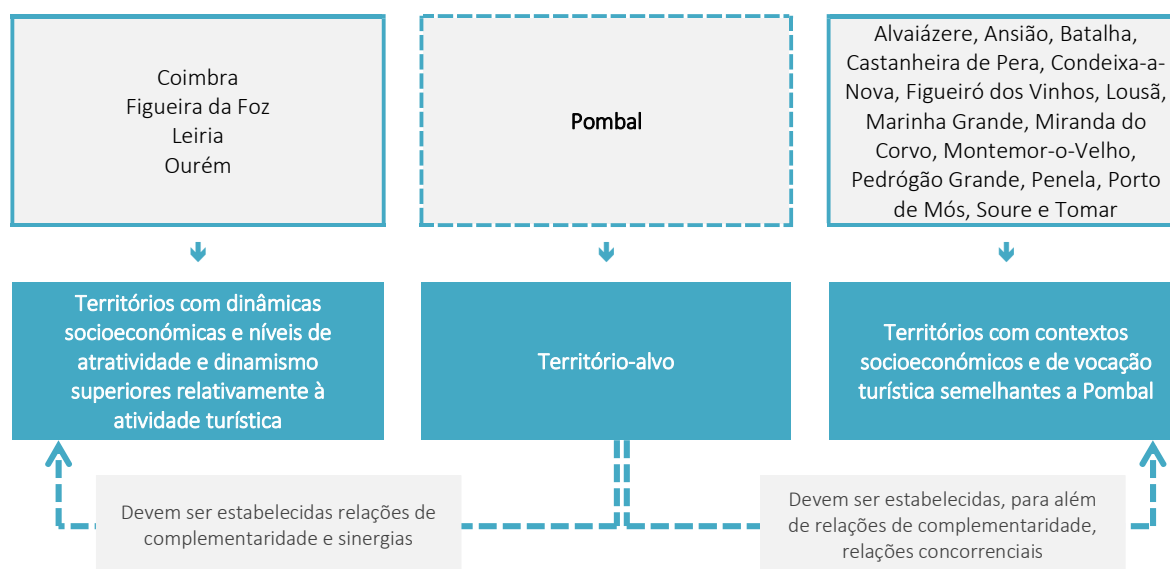


Figura 48. Posicionamento atual do concelho de Pombal face à envolvente

⁴¹ R1. Realidades atuais do concelho de Pombal ao nível do turismo.

⁴² Conjunto de 19 concelhos que integram as seguintes redes/sub-regiões das quais Pombal faz parte - Comunidade Intermunicipal da Região de Leiria, Grupo de Ação Local "Terras de Sicó", Rede de Castelos e Muralhas do Mondego, Sub-região de turismo Leiria-Fátima-Tomar (esta sub-região integra 16 concelhos, tendo sido apenas selecionados os de maior proximidade geográfica a Pombal): Coimbra, Figueira da Foz, Leiria, Ourém, Alvaiázere, Ansião, Batalha, Castanheira de Pera, Condeixa-a-Nova, Figueiró dos Vinhos, Lousã, Marinha Grande, Miranda do Corvo, Montemor-o-Velho, Pedrógão Grande, Penela, Porto de Mós, Soure e Tomar.

A inexistência de um posicionamento estratégico que diferencie Pombal daquelas que são as propostas da sua envolvente imediata decorre, em grande medida, de algumas fragilidades que importa combater:

- **Reduzida notoriedade do destino:** Muitos daqueles que poderão constituir-se como públicos-alvo relevantes para Pombal não conhecem o território e, conseqüentemente, não conhecem a proposta de valor que lhe está associada. A reduzida notoriedade do destino Pombal está diretamente relacionada com a escassa expressão na promoção e divulgação dos ativos turísticos do concelho, nomeadamente nos principais canais de comunicação de referência, assim como na forma difusa como essa comunicação é feita, na maioria das vezes apenas na página oficial da autarquia com um alcance essencialmente concelhio.
- **Similitude de recursos e oferta turística:** ao nível da oferta turística destaca-se a insuficiente estruturação dos recursos turísticos existentes e dos recursos endógenos, sem oferta de produtos turísticos diferenciados. Tendo por base uma oferta turística diversificada, embora similar aos territórios da envolvente, o desafio estratégico que se coloca à atividade turística no concelho de Pombal prende-se com a incorporação de fatores distintivos na oferta que contribuam para a sua diferenciação face à concorrência.
- **Similitude de públicos-alvo:** Em consequência do ponto anterior, a perceção de que a oferta turística é similar, leva a cimentar a ideia de que os públicos-alvo também o sejam. Contudo, Pombal deverá beneficiar das tendências globais que se assistem no setor do turismo, nomeadamente daquelas para as quais apresenta características e capacidade de afirmação, distinguindo diferentes públicos e desenvolvendo uma estratégia de valorização e de comunicação dirigida a cada público específico.
- **Ausência de uma estratégia de comunicação e de uma marca diferenciadora:** ao nível da comunicação, verifica-se uma presença pouco significativa em plataformas nacionais e regionais de promoção e divulgação, assim como nas principais referências em termos de roteiros turísticos e canais de venda e promoção do destino a nível nacional e internacional. Paralelamente, o desconhecimento de Pombal enquanto destino turístico está em grande medida associado à inexistência de um referencial/marca forte, ou seja, de uma identidade visual capaz de identificar e expressar de forma agregada a proposta de valor do destino Pombal e aqueles que são os seus elementos autênticos e diferenciadores.

As fragilidades identificadas poderão ser ultrapassadas através da definição de um posicionamento que seja capaz de diferenciar Pombal dos seus principais concorrentes imediatos, impulsionando o seu potencial de atratividade e a sua notoriedade nos mercados potenciais e atraindo os públicos-alvo que melhor se enquadram nos segmentos turísticos mais relevantes deste território.

4.1.2 Posicionamento proposto

A evolução futura do turismo no concelho de Pombal encontra-se dependente da mudança de paradigma de desenvolvimento a adotar, nomeadamente no que diz respeito à diferenciação da oferta turística e à consolidação do seu posicionamento face à concorrência.

Neste sentido, torna-se relevante a definição de um posicionamento, capaz de identificar os fatores de atratividade do concelho e encontrar uma forma eficaz de os comunicar, permitindo aos potenciais públicos-alvo conhecer o carácter distinto da proposta de valor de Pombal enquanto destino turístico.

Deste modo, importa ter a clara perceção do potencial de atratividade e diferenciação do concelho de Pombal, assente em elementos de diversa índole que devem ser destacados. Entre esses elementos encontram-se os seguintes:

Património cultural e história

Pombal é um território rico em termos históricos e patrimoniais, apresentando um património material e imaterial diverso (e.g. arqueológico, religioso, civil). Destaque para o Castelo de Pombal e o Convento do Louriçal, os núcleos históricos e tradicionais (núcleo histórico de Pombal, Louriçal, Abiul, Redinha, Aldeia do Vale e Aldeia de Poios), o Museu Marquês de Pombal e o Museu de Arte Popular Portuguesa assim como o património imaterial relacionado com o Marquês de Pombal e acontecimentos históricos (Romanização, Templários e Invasões Francesas, lendas). Para além do património arquitetónico e do património imaterial, Pombal apresenta vários vestígios arqueológicos que evidenciam uma ocupação humana que remonta à pré-história, com destaque para o Abrigo com Gravuras Rupestres no Vale do Poio Novo. Destaca-se ainda o elevado potencial paleontológico deste território e a sua importância para o conhecimento das faunas de vertebrados continentais do Jurássico Superior da Bacia Lusitânica.

É de notar ainda a existência de circuitos pedestres associados ao património histórico e cultural. O território apresenta, ainda, um conjunto de festividades locais representativas, inclusive alguns eventos com forte tradição identitária, com capacidade de atração maioritariamente a nível local e regional, mas também a nível nacional e internacional, quer no plano cultural e artístico, quer a nível desportivo (e.g. Festas do Bodo, Mercado Medieval de Pombal, Festival Pombalino e Festival de Estátuas Vivas e Barrocas, Castelo ConVida, entre muitos outros).

O território apresenta um quadro propício para o desenvolvimento dos seguintes segmentos de turismo:

- **Touring cultural e paisagístico:** associado a circuitos turísticos e experiências pelo património histórico e cultural.
- **Turismo religioso:** associado ao património edificado centrado no Convento do Louriçal (classificado como Monumento Nacional), no processo de beatificação de Madre Maria do Lado e na tradição religiosa aqui presente assim como à relação de complementaridade com Fátima, derivada da proximidade geográfica existente, integrando a rota dos Caminhos de Fátima.

- **Turismo científico:** elevado potencial do território em termos arqueológicos e paleontológicos que podem ser valorizados como palcos de aprendizagem e investigação científica.

Património natural e paisagem

A paisagem diversificada e multifacetada constitui *per si* um elemento de interesse turístico, destacando-se o Maciço Calcário de Sicó, as Praias e a Orla Costeira e a Mata Nacional do Urso. Entre o mar e a serra, o concelho de Pombal apresenta um relevo aplanado no seu setor mais a oeste, entre a Praia do Osso da Baleia e a Freguesia de Carriço, tornando-se progressivamente mais ondulado em direção ao interior, recortado pela densa rede hidrográfica, que configura a abertura de alguns vales mais férteis e de baixa altitude, como por exemplo ao longo da Ribeira de Carnide, até alcançar vertentes mais abruptas na direção do Maciço Calcário de Sicó, no qual a paisagem serrana predomina. Salienta-se, portanto, a diversidade geomorfológica e paisagística e a biodiversidade existente neste território enquanto fatores de valorização e atração turística. Contudo, importa referir a necessidade de garantir a conservação e salvaguarda dos recursos naturais presentes, numa lógica de sustentabilidade.

O território apresenta um quadro propício para o desenvolvimento dos seguintes segmentos de turismo:

- **Turismo de natureza e turismo ativo:** dada a sua riqueza e diversidade paisagística e a existência de espaços, paisagens e recursos naturais propícios à realização de atividades *outdoor* e de contemplação da paisagem (nesta última vertente, de salientar a sua relação potencial direta e complementar com o segmento *Touring* cultural e paisagístico, uma vez que, apesar deste ter na sua génese motivações ligadas ao património cultural, agrega a natureza/paisagem nos circuitos a oferecer); paralelamente, destaca-se o elevado potencial do território para modalidades como o *trail running*, o BTT, a escalada ou o parapente, que poderá ser aproveitado numa lógica de **turismo desportivo e de competição**.
- **Turismo de mar:** dada a existência de uma linha de costa com uma extensão de aproximadamente 10km, sendo um recurso fundamental ao nível da valorização turística e da capacidade de atração e diferenciação do território, pela existência de praias com características singulares (praias natural e semi-natural).
- **Turismo científico:** dada a existência de paisagens e ecossistemas que podem ser valorizados como palcos de aprendizagem e investigação científica.

Face a este contexto, o concelho de Pombal deverá posicionar-se como uma realidade agregadora das diversas dimensões que o compõem, pois, essa conjugação de elementos naturais, patrimoniais, históricos e culturais são

os que lhe conferem uma identidade própria e uma característica verdadeiramente singular. Para esse efeito, a estratégia de posicionar o destino Pombal na mente dos destinatários passará por enfatizar determinadas palavras-chave associadas às componentes da proposta de valor. Estes elementos foram vertidos no esquema seguinte.

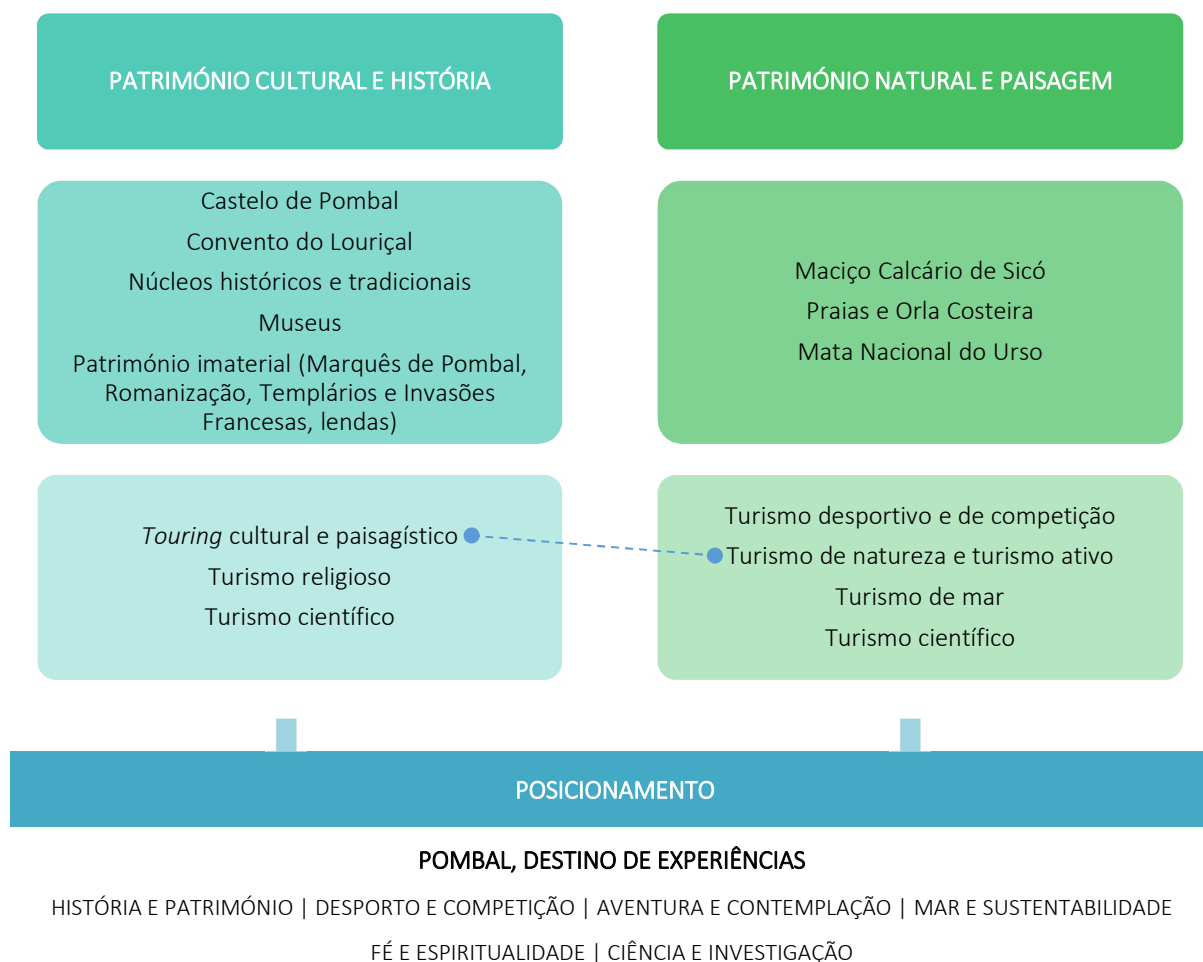


Figura 49. Posicionamento proposto

4.2 Estratégia de desenvolvimento turístico

Partindo do trabalho de diagnóstico e caracterização territorial, neste capítulo é apresentada a estratégia de desenvolvimento turístico, assente em quatro níveis distintos: conceito e visão, eixos estratégicos, objetivos, indicadores e metas de sucesso.



Figura 50. Níveis de definição estratégica

O conceito e a visão corresponderão ao fio condutor de toda a estratégia proposta, ao passo que os eixos estratégicos deverão sustentar as opções realizadas e balizar as ações tomadas. Para cada eixo estratégico será estabelecido um conjunto de objetivos que corporizam os resultados gerais que se pretendem alcançar do ponto de vista turístico no concelho de Pombal. Por fim, os indicadores e respetivas metas servirão para medir e quantificar o sucesso dos objetivos formulados.

4.2.1 Conceito e visão

O **conceito** definido para a estratégia de desenvolvimento turístico de Pombal é baseado na **diferenciação**. Tendo por base uma oferta turística diversificada, contudo baseada em elementos presentes em vários territórios (nomeadamente de proximidade), o desafio estratégico que se coloca à oferta turística no concelho de Pombal prende-se com a incorporação de fatores distintivos que contribuam para a sua diferenciação face à concorrência. Neste sentido, o **conceito de diferenciação** abrange toda a abordagem estratégica e dinamização do setor, desde o processo de definição e valorização dos fatores diferenciadores à sua permanente adaptação às tendências do setor e às necessidades da procura (público), de modo a manterem-se relevantes face aos destinos concorrentes.

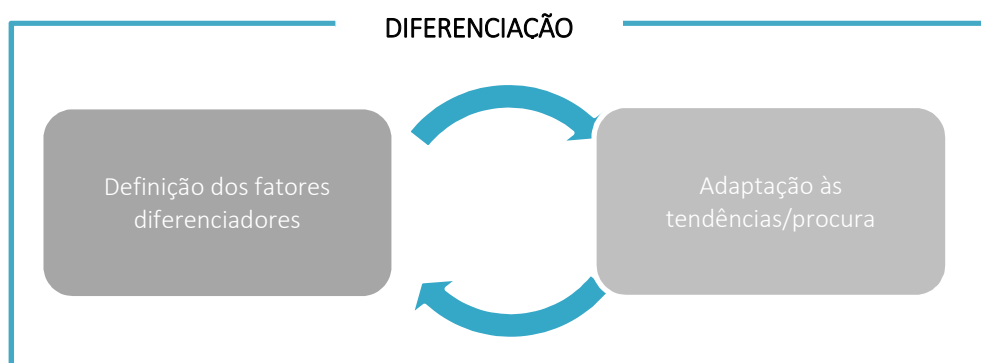


Figura 51. Processo de diferenciação da oferta turística de Pombal

Com base no conceito de diferenciação e de toda a dinâmica que lhe está subjacente, é definida a seguinte **visão** para um horizonte temporal a dez anos:

VISÃO 2030

Pombal deverá posicionar-se como um destino de excelência, alicerçado na natureza, história, cultura e tradição, capaz de potenciar uma oferta dinâmica e diferenciadora, adaptada a públicos que privilegiam a sustentabilidade, a autenticidade e a qualidade da experiência turística.

A visão preconizada e por consequência a estratégia de desenvolvimento turístico, é sustentada nos seguintes **princípios orientadores** que refletem os valores de suporte à diferenciação e atratividade do concelho de Pombal enquanto destino turístico:



Figura 52. Princípios orientadores da estratégia de desenvolvimento turístico

- **Sustentabilidade:** princípio focado na preservação e valorização sustentável dos recursos naturais e culturais do concelho de Pombal através da adoção de práticas que promovam a sustentabilidade da atividade turística sob o ponto de vista ambiental/territorial, social e económico. Pretende-se contribuir para os 17 objetivos definidos na Agenda 2030 da ONU⁴³ através do desenvolvimento sustentável da atividade turística.
- **Inovação:** princípio focado na inovação da oferta turística de Pombal privilegiando, entre outros elementos, a diferenciação e atratividade dos produtos turísticos, a orientação para a procura, a criação e disponibilização de conteúdos disruptivos e inovadores e a associação da tecnologia à experiência turística. Também associado a este princípio, salienta-se a importância da gestão de informação, nomeadamente no que se relaciona com a recolha e gestão ativa de dados que podem influenciar a política e iniciativas locais no setor.
- **Conhecimento:** princípio focado na promoção do conhecimento através da qualificação, formação e capacitação dos recursos humanos/agentes que constituem a cadeia de valor do setor do turismo. Também associado a este princípio a dimensão da gestão ativa de dados, importante suporte ao conhecimento e melhoria constante do setor.
- **Cooperação:** princípio focado no desenvolvimento de uma abordagem colaborativa entre os principais *stakeholders* do setor do turismo, em diversas escalas (local, nacional e internacional) com vista à criação de sinergias que promovam a competitividade, dinamização e promoção de Pombal enquanto destino turístico.

4.2.2 Eixos estratégicos e objetivos

Os Eixos Estratégicos (EE), plenamente relacionados e articulados, detalham a visão proposta para o concelho de Pombal no domínio do desenvolvimento turístico. Tendo como referência as estratégias turísticas de âmbito regional e nacional, procurar-se-á promover um maior reconhecimento de Pombal enquanto destino turístico por via da qualificação e valorização dos recursos/produtos turísticos distintivos, do reforço da competitividade dos serviços de apoio à atividade turística e da intensificação de redes de cooperação, em linha com os princípios orientadores anteriormente estabelecidos: sustentabilidade, inovação, conhecimento, cooperação.

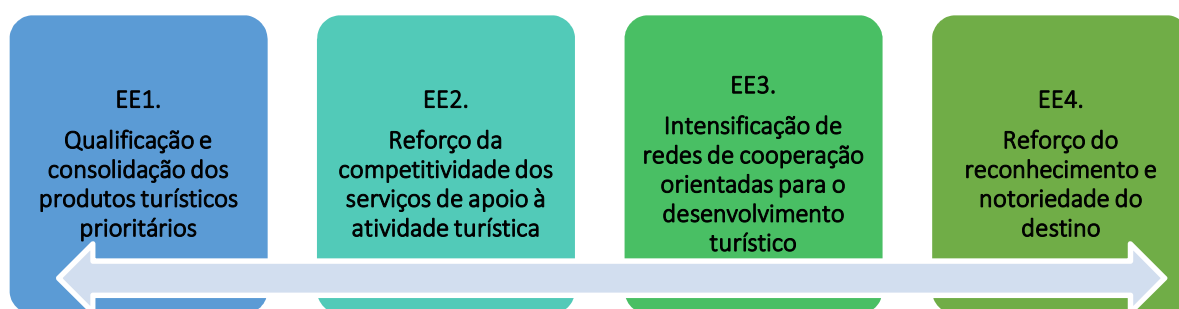


Figura 53. Eixos estratégicos

⁴³ <https://sustainabledevelopment.un.org/?menu=1300> | https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_perfsdg (acedido em janeiro de 2020).

A cada Eixo Estratégico estão associados objetivos que visam, no seu conjunto, elevar a qualidade da oferta turística de Pombal, tornando-a mais atrativa e competitiva relativamente à concorrência.

EE1. Qualificação e consolidação dos produtos turísticos prioritários

A visibilidade e o reconhecimento de um território sob o ponto de vista turístico estão, desde logo, ancorados na existência de recursos/produtos com potencial de atrair a visita turística.

O concelho de Pombal apresenta uma diversidade de recursos com potencial de aproveitamento turístico onde se incluem os elementos patrimoniais naturais, paisagísticos, históricos, construídos e os eventos. No que ao património natural e paisagístico diz respeito, destaca-se o Maciço Calcário de Sicó, as Praias e a Orla Costeira e a Mata Nacional do Urso. Em termos de património histórico-cultural destaca-se o Castelo de Pombal e o Convento do Louriçal, os núcleos históricos e tradicionais (núcleo histórico de Pombal, Louriçal, Abiul, Redinha, Aldeia do Vale e Aldeia de Poios), o Museu Marquês de Pombal e o Museu de Arte Popular Portuguesa assim como o património imaterial relacionado com o Marquês de Pombal e acontecimentos históricos (períodos do Jurássico e da Pré-história, Romanização, Templários e Invasões Francesas, lendas). Por último, ao nível dos eventos, destaque para os eventos culturais, tradicionais e económicos (Festas do Bodo, Mercado Medieval, Festival Pombalino, Feira Nacional de Artesanato, Encontro de Literatura Infante-Juvenil, entre outros) mas também os eventos desportivos (*Trail Running*, Corrida do Bodo, Corrida dos Gambuzinos, Campeonatos Nacionais em Pista Coberta, provas de BTT, entre outros).

Apesar da multiplicidade de elementos com potencial de aproveitamento turístico, o desafio que se coloca no âmbito do presente Eixo Estratégico é o de identificar os recursos/produtos prioritários e que demonstram uma forte capacidade de diferenciação e proceder à sua respetiva qualificação e valorização como elementos centrais no incremento da atratividade e da visita turística de Pombal.

De acordo com as tendências atuais observadas a nível global *“o turista é o configurador da sua própria viagem, procurando experiências turísticas que respondam às suas necessidades e motivações, enquanto anteriormente o seu papel era mais passivo, assente em produtos turísticos estabelecidos e previamente organizados por terceiros”*⁴⁴.

Deste modo, a **qualidade do destino depende da sua capacidade de oferta de experiências, atividades e produtos turísticos diferenciadores capazes de captar públicos nacionais e internacionais**. Atualmente, o visitante/turista apresenta motivações que influenciam o aparecimento, à escala global, de novos produtos turísticos que, de acordo com as características do território de suporte, irão proporcionar novas experiências que as satisfaçam. Face a este contexto, a definição dos produtos turísticos prioritários e respetivas experiências deverá ter em consideração as principais motivações por parte da procura, a par com as características diferenciadoras e únicas

⁴⁴ Turismo de Portugal, [Turismo 2020: cinco princípios para uma ambição](#).

existentes no concelho e que melhor podem ser conjugadas e trabalhadas, com base nos princípios orientadores definidos (Figura 54).

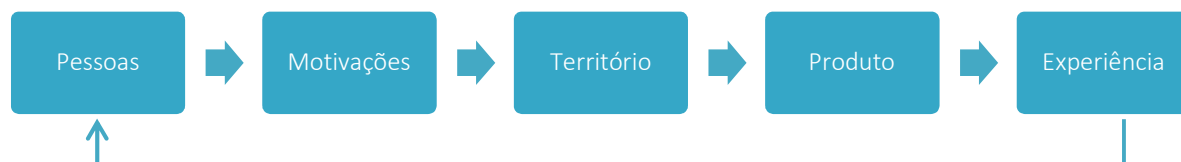


Figura 54. Esquema orientador para a qualificação da oferta turística/destino
Fonte: Turismo de Portugal, Turismo 2020: cinco princípios para uma ambição

Paralelamente, de acordo com o Turismo de Portugal⁴⁵, o eficaz desenvolvimento dos produtos turísticos prioritários está dependente dos seguintes fatores:

- **Autenticidade:** histórica, patrimonial e cultural, passível de criar interesse em vastos públicos e suficientemente universal para ser assimilado, interpretado e gerar aderência.
- **Personalização:** modelar, adaptar e customizar a oferta a interesses e necessidades específicas, possibilitando a criação à medida e a sensação “de ser único”.
- **Inovação:** criar e disponibilizar conteúdos surpreendentes, disruptivos, de diferentes naturezas, pertinentes para distintos públicos.
- **Tecnologia:** incorporação de facilidades e funcionalidades tecnológicas que permitam uma experiência turística mais simples, rica e profunda.
- **Sustentabilidade:** ao nível social, cultural, económico e meio ambiental.

Face ao exposto, no âmbito do EE1. são estabelecidos os seguintes **objetivos estratégicos**:

- **OE1.** Qualificar e valorizar os produtos turísticos prioritários, com maior potencial de atratividade e de diferenciação.
- **OE2.** Incorporar fatores distintivos na oferta com vista à criação de produtos turísticos inovadores, diferenciadores e autênticos.
- **OE3.** Adaptar os produtos turísticos prioritários à evolução das tendências do setor do turismo e às exigências/motivações por parte dos visitantes/turistas.

⁴⁵ Idem.

EE2. Reforço da competitividade dos serviços de apoio à atividade turística

Para além de estruturar de forma clara os produtos turísticos diferenciadores de Pombal, é imprescindível intervir ao nível dos serviços de apoio à atividade turística (alojamento, restauração, animação turística), contribuindo para a qualificação do destino e para o aumento do grau de satisfação do utilizador que, por consequência, terá impacto no nível de interesse do público e na escolha deste território face aos destinos concorrentes.

A competitividade dos destinos turísticos e a capacidade de desenvolver uma oferta de serviços de qualidade depende, em grande medida, dos recursos disponíveis, nomeadamente os recursos humanos que, selecionado o destino pelo turista, são determinantes na experiência turística e perceção do território. Deste modo, a formação e capacitação dos recursos humanos associados à cadeia de valor do turismo são fatores determinantes para a promoção e valorização dos produtos/experiências turísticas e para o incremento da capacidade de inovação das empresas do setor. Neste contexto, ressalva-se o crescente impacto da tecnologia no turismo que impulsiona a introdução de novos modelos de negócio, e, por conseguinte, a necessidade de apostar na progressiva qualificação dos recursos humanos e no desenvolvimento de competências ajustadas às novas tendências e à evolução da procura. Complementarmente, a crescente especialização e a diversificação de públicos, quer no que diz respeito à origem de fluxos como a características individuais dos viajantes (faixas etárias, condicionantes de mobilidade, estilos de vida, etc.), reforçam o carácter estrutural da qualificação e especialização dos recursos humanos para responderem às novas e mais exigentes tendências de procura.

Neste contexto, o desafio que se coloca no âmbito do presente Eixo Estratégico é o de valorizar e qualificar os recursos humanos e empresas do setor, permitindo o desenvolvimento de modelos de negócio mais sofisticados e flexíveis no que à resposta às exigências da procura diz respeito e a evolução na cadeia de valor associada ao reforço do seu posicionamento competitivo. Destaca-se a importância do estabelecimento de parcerias com instituições especializadas (escolas de hotelaria e turismo do Turismo de Portugal, por exemplo) com vista à capacitação/formação dos profissionais do setor.

O reforço da competitividade dos serviços de apoio à atividade turística terá impacto direto na melhoria dos indicadores de desempenho do setor, nomeadamente no aumento do fluxo de visitantes e turistas, no aumento do contributo do turismo para a economia local e no aumento do nível de satisfação dos turistas em toda a cadeia de valor do turismo.

Face ao exposto, no âmbito do EE2. são estabelecidos os seguintes **objetivos estratégicos**:

- **OE4.** Promover a capacitação e formação especializada dos profissionais do setor do turismo com vista ao desenvolvimento de novas competências ajustadas às tendências e evolução da procura.
- **OE5.** Fomentar a qualificação e inovação das empresas do setor turístico, introduzindo modernidade à cadeia de valor e o reforço do seu posicionamento competitivo.

EE3. Intensificação de redes de cooperação orientadas para o desenvolvimento turístico

A cooperação entre os vários agentes do setor do turismo (públicos e privados) é crucial para o desenvolvimento e competitividade da atividade turística. Salienta-se a importância da intensificação da cooperação ao nível da capacitação/formação dos profissionais do setor, da qualificação e estruturação de produtos/experiências e da promoção turística.

Neste sentido, é fundamental que os **principais stakeholders e agentes do setor do turismo possam cooperar na prossecução de objetivos comuns, facilitando a criação de sinergias e de novos fatores de competitividade no mercado global**. Deste modo, destaca-se o estabelecimento de parcerias com entidades do setor e territórios com ofertas complementares, a nível nacional e internacional, reforçando a integração em redes que visem a partilha de conhecimento, o desenvolvimento e oferta de experiências turísticas integradas e a sua respetiva divulgação e promoção.

No Plano Regional de Desenvolvimento Turístico 2020-2030⁴⁶ é salientada a importância das experiências turísticas integradas como uma oferta combinada e complementar entre recursos e produtos turísticos da Região, que fomente o *cross-selling* e a articulação entre submarcas, destacando os seguintes pontos positivos:

- Maior visibilidade dos recursos endógenos do território;
- Criação de produtos turísticos diferenciadores;
- Redução das assimetrias regionais, possibilitando maior coesão territorial;
- Reforço da atratividade e da integração turística regional;
- Crescimento turístico sustentado.

Deste modo, os desafios que se colocam no âmbito do presente Eixo Estratégico referem-se à criação de sinergias que promovam a competitividade e a dinamização do setor e à integração em redes supramunicipais, regionais, nacionais e internacionais, através de projetos que articulem estratégias focadas nas características e produtos turísticos que Pombal oferece, promovendo a sua valorização e promoção turística.

Atualmente, o Município de Pombal integra um conjunto significativo de programas/redes com impacto ao nível da promoção turística e desenvolvimento socioeconómico e cultural, essencialmente de escala regional e nacional, entre as quais a Comunidade Intermunicipal da Região de Leiria (CIMRL), a Associação de Desenvolvimento Terras de Sicó, a Associação Caminhos de Fátima (ACF), a Rede de Castelos e Muralhas do Mondego, a ARTEMREDE e a Associação Cultural 7 Sóis 7 Luas, sendo essencial dar continuidade à aposta na cooperação e no trabalho em rede, alargando o espetro de atuação, com vista à obtenção de melhores resultados. Destaque ainda para a Entidade Regional de Turismo do Centro de Portugal (ERTCP) enquanto organismo descentralizado responsável pela promoção do destino Centro de Portugal no mercado nacional e internacional

⁴⁶ https://turismodocentro.pt/wp-content/uploads/2020/02/TCP-Plano-Regional-Desenvolvimento-Tur%C3%ADstico_20-30.pdf (acedido em janeiro de 2020).

de proximidade (Espanha) e a Agência Regional de Promoção Turística (ARPT) do Centro, com responsabilidade a nível internacional.

Face ao exposto, no âmbito do EE3. são estabelecidos os seguintes **objetivos estratégicos**:

- **OE6.** Reforçar as ligações a entidades nacionais e internacionais ligadas à cadeia de valor do turismo, de modo a acompanhar as novas tendências e a antecipar as necessidades do mercado em matéria de requisitos da oferta.
- **OE7.** Incentivar a criação de parcerias na estruturação, qualificação e oferta de produtos/experiências turísticas através de *cross-selling* e da articulação em rede.
- **OE8.** Fomentar a participação ativa dos agentes públicos e privados na promoção e comunicação do destino numa lógica integrada e concertada.

EE4. Reforço do reconhecimento e notoriedade do destino

Para além de distinguir os produtos turísticos de maior potencial e articulá-los no sentido de reforçar o seu potencial de atratividade, importará encontrar uma imagem de marca e formas criativas e eficazes de a comunicar, de modo a projetar Pombal no plano regional, nacional e internacional e aumentar o seu nível de reconhecimento e de notoriedade.

A comunicação constitui um elemento fundamental no processo de afirmação turística de Pombal, devendo incidir numa imagem credível e inovadora do território, facilmente reconhecível e sustentada numa estratégia de marketing territorial forte e coesa. Pretendendo reforçar o sentido de identidade territorial do concelho de Pombal, será necessário identificar, de forma clara, a direção a seguir, os objetivos que se pretendem alcançar e o conjunto de medidas e ações a implementar neste âmbito. Simultaneamente será essencial a identificação dos mercados-alvo, do posicionamento pretendido, dos meios de comunicação a desenvolver (físicos e digitais) e dos públicos-alvo preferenciais.

Deste modo, o desafio que se coloca no âmbito do presente Eixo Estratégico é o de comunicar a proposta de valor associada à oferta turística de Pombal de uma forma integrada e capaz de aumentar o seu reconhecimento e notoriedade externa.

Face ao exposto, no âmbito do EE4. são estabelecidos os seguintes **objetivos estratégicos**:

- **OE9.** Divulgar e promover a visibilidade de Pombal, a nível nacional e internacional, enquanto destino turístico de excelência e diferenciador, aumentando o seu nível de reconhecimento e notoriedade.
- **OE10.** Direcionar a estratégia de promoção e comunicação do destino a segmentos de mercado com apetência para os produtos turísticos distintivos de Pombal.
- **OE11.** Reforçar a presença do destino e dos produtos turísticos nos canais *online* e *mobile*, sustentada na definição de uma estratégia de marketing digital.

Em síntese, a tabela seguinte apresenta os quatro eixos que visam o desenvolvimento turístico de Pombal e os objetivos estratégicos (OE) que lhes estão associados.

Tabela 22. Eixos estratégicos e objetivos associados

EIXOS ESTRATÉGICOS	OBJETIVOS
EE1. Qualificação e consolidação dos produtos turísticos prioritários	→ OE1. Qualificar e valorizar os produtos turísticos prioritários, com maior potencial de atratividade e de diferenciação.
	→ OE2. Incorporar fatores distintivos na oferta com vista à criação de produtos turísticos inovadores, diferenciadores e autênticos.
	→ OE3. Adaptar os produtos turísticos prioritários à evolução das tendências do setor do turismo e às exigências/motivações por parte dos visitantes/turistas.
EE2. Reforço da competitividade dos serviços de apoio à atividade turística	→ OE4. Promover a capacitação e formação especializada dos profissionais do setor do turismo com vista ao desenvolvimento de novas competências ajustadas às tendências e evolução da procura.
	→ OE5. Fomentar a qualificação e inovação das empresas do setor turístico, introduzindo modernidade à cadeia de valor e o reforço do seu posicionamento competitivo.
EE3. Intensificação de redes de cooperação orientadas para o desenvolvimento turístico	→ OE6. Reforçar as ligações a entidades nacionais e internacionais ligadas à cadeia de valor do turismo, de modo a acompanhar as novas tendências e a antecipar as necessidades do mercado em matéria de requisitos da oferta.
	→ OE7. Incentivar a criação de parcerias na estruturação, qualificação e oferta de produtos/experiências turísticas através de <i>cross-selling</i> e da articulação em rede.
	→ OE8. Fomentar a participação ativa dos agentes públicos e privados na promoção e comunicação do destino numa lógica integrada e concertada.
EE4. Reforço do reconhecimento e notoriedade do destino	→ OE9. Divulgar e promover a visibilidade de Pombal, a nível nacional e internacional, enquanto destino turístico de excelência e diferenciador, aumentando o seu nível de reconhecimento e notoriedade.
	→ OE10. Direcionar a estratégia de promoção e comunicação do destino a segmentos de mercado com apetência para os produtos turísticos distintivos de Pombal.
	→ OE11. Reforçar a presença do destino e dos produtos turísticos nos canais <i>online</i> e <i>mobile</i> , sustentada na definição de uma estratégia de marketing digital.

4.2.3 Indicadores e metas de sucesso

Do ponto de vista estratégico, importa definir um conjunto de indicadores de desempenho que permitam aferir o grau de consecução dos objetivos anteriormente formulados (Tabela 23). De referir que, é igualmente importante que sejam, desde já, estabelecidas as linhas de base, no que concerne às metas a alcançar, tendo em conta os dados atuais do concelho e aqueles que se pretendem atingir num horizonte temporal de dez anos. Importa salientar que as metas foram definidas com base num cenário conservador tendo em conta os possíveis impactos negativos provocados pela atual situação de pandemia.

Tabela 23. Indicadores e metas de sucesso

Indicador	Situação atual	Meta 2030		Meio de aferição	Observações
1. Capacidade de alojamento nos estabelecimentos de alojamento turístico (N.º)	383 (2018)	+5%	402	INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos	Aumentar a capacidade de alojamento em 5%, o que corresponde a uma meta de 402 em 2030, contrariando a tendência de diminuição registada entre 2017 e 2018 (-5%).
2. Dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico (N.º)	44.804 (2018)	+20%	53.765	INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos	Aumentar o número de dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico em 20%, o que equivale a um crescimento anual de 2%. A meta foi calculada com base no aumento registado entre 2017 e 2018 (+2,7%), o mais baixo no período compreendido entre 2011 a 2018.
3. Estada média nos estabelecimentos de alojamento turístico (N.º)	1,5 (2018)	+10%	1,7	INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos	Aumentar a estada média em 10%, o que equivale a uma estada média de 1,7 em 2030. A meta foi calculada com base nos valores registados nos últimos dois anos (1,5 em 2017 e 2018).
4. Taxa líquida de ocupação cama nos estabelecimentos de alojamento turístico (%)	32,7 (2018)	+15%	37,6	INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos	Aumentar a taxa líquida de ocupação cama em 15% (4,9 p.p.), o que equivale a uma taxa de 37,6% em 2030. A meta foi calculada com base nos valores registados nos últimos dois anos (30,5% em 2017 e 32,7% em 2018).
5. Proporção de hóspedes estrangeiros (%)	18,4 (2018)	+10%	20,2	INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos	Aumentar a proporção de hóspedes estrangeiros em 10% (1,84 p.p.), o que equivale a uma proporção de 20,2% em 2030. A meta foi calculada com base na taxa de variação da proporção de hóspedes estrangeiros verificada entre

					2014 e 2018 (10%), tendo também em conta a variação negativa registada entre 2017 e 2018 (-18,6%).
6. Proveitos totais nos estabelecimentos de alojamento turístico (milhares €)	1.475 (2018)	+10%	1.623	INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos	Aumentar os proveitos totais nos estabelecimentos de alojamento turístico em 10%, o que equivale a um crescimento anual de 1%. A meta foi calculada com base no aumento registado entre 2017 e 2018 (+1,2%).
7. Empresas ligadas ao setor do turismo (CAE I) (N.º)	391 (2018)	+5%	407	INE, Sistema de contas integradas das empresas	Aumentar o número de empresas ligadas ao setor do turismo em 5%, o que equivale a um crescimento anual de 0,5%. A meta foi calculada com base no aumento registado entre 2017 e 2018 (+1%).
8. Volume de negócios das empresas ligadas ao setor do turismo (CAE I) (€)	40.069.601 (2018)	+10%	44.076.561	INE, Sistema de contas integradas das empresas	Aumentar o volume de negócios das empresas ligadas ao setor do turismo em 10%, o que equivale a um crescimento anual de 1%. A meta foi calculada com base na taxa de variação registada entre 2008 e 2018 (14,9%).
9. Pessoal ao serviço nas empresas ligadas ao setor do turismo (CAE I) (N.º)	1.010 (2018)	+5%	1.061	INE, Sistema de contas integradas das empresas	Aumentar o pessoal ao serviço das empresas ligadas ao setor do turismo em 5%, o que equivale a um crescimento anual de 0,5%. A meta foi calculada com base no aumento registado entre 2017 e 2018 (+3,6%) e na taxa de variação negativa registada entre 2008 e 2018 (-1,5%).
10. Classificação dos estabelecimentos de alojamento registados no Tripadvisor (entre 1 a 5)	4,4 (novembro 2019)		> 4	Tripadvisor (pontuação média ponderada do n.º de avaliações)	Manter a classificação dos estabelecimentos de alojamento registados no Tripadvisor num nível superior a 4.
11. Classificação dos estabelecimentos de alojamento registados no Booking (entre 1 a 10)	9 (novembro 2019)		> 9	Booking (pontuação média ponderada do n.º de avaliações)	Manter a classificação dos estabelecimentos de alojamento registados no Booking num nível superior a 9.
12. Classificação dos principais pontos de interesse do concelho registados no Tripadvisor (entre 1 a 5)	4 (novembro 2019)		> 4	Tripadvisor (pontuação média ponderada do n.º de avaliações)	Manter a classificação dos principais pontos de interesse do concelho registados no Tripadvisor num nível superior a 4.
13. Nível de satisfação global dos visitantes/turistas	n.a.		Nível 7	Operadores turísticos (questionário)	A meta corresponde ao aumento do nível de satisfação global dos visitantes/turistas, partindo de um valor base de 0 e que será aferida por questionário através dos operadores turísticos, com a previsão de ser possível alcançar um valor de 7 em 10.

n.a.- não aplicável

5. PLANO DE AÇÃO: PRODUTOS TURÍSTICOS PRIORITÁRIOS E AÇÕES TRANSVERSAIS



5. PLANO DE AÇÃO: PRODUTOS TURÍSTICOS PRIORITÁRIOS E AÇÕES TRANSVERSAIS

5.1 Produtos turísticos prioritários

Neste capítulo são apresentados os produtos turísticos prioritários para o concelho de Pombal, definidos numa ótica de incremento da atratividade e visitação turística do território.

De acordo com a Organização Mundial do Turismo, um Produto Turístico pode ser definido como *“uma combinação de elementos tangíveis e intangíveis, como recursos naturais, culturais e artificiais, atrações, instalações, serviços e atividades em torno de um elemento de interesse específico que representa um núcleo do marketing mix de destino, criando uma experiência ao visitante que inclui diversos aspetos emocionais”*.

Nesta medida, pode considerar-se que o produto turístico é composto por quatro elementos constitutivos fundamentais:

- **Atrativos:** correspondem a elementos naturais ou construídos que integram o destino e com base nos quais são realizadas atividades.
- **Infraestruturas:** referem-se a todas as infraestruturas, serviços e aspetos logísticos existentes no território, que incentivam o turista a permanecer no destino e a usufruir dos atrativos existentes. Entre estes encontram-se os espaços de restauração, de hotelaria e, de uma forma geral, todas as demais infraestruturas de apoio à atividade turística.
- **Acessibilidades:** correspondem aos meios de transporte e/ou rotas disponíveis para chegar ao destino turístico e para sair do mesmo.
- **Imagem:** refere-se ao conjunto de perceções, sensações e crenças acerca do destino, aspeto que se encontra contemplado na imagem e nome de cada produto turístico.

O processo de definição de cada um dos produtos turísticos prioritários teve em conta, fundamentalmente, os atrativos e elementos diferenciadores, as infraestruturas, as atividades e os serviços a serem oferecidos sob epígrafe de cada um deles, mas, acima de tudo, as tendências atuais do setor, as motivações e a procura de experiências por parte dos visitantes/turistas.

Deste modo, foi identificado um conjunto de **produtos turísticos prioritários** que demonstram uma forte capacidade de diferenciação, concorrendo para a sustentabilidade, autenticidade e qualidade da atividade turística em Pombal.

Os **produtos turísticos prioritários** correspondem aos produtos centrais da oferta turística de Pombal, baseados nos recursos culturais e naturais com elevado valor distintivo e de atração e que dão resposta às principais motivações dos turistas/visitantes e tendências do setor.

Relacionado com o património histórico e cultural, elemento central na oferta turística de Pombal, o produto **História e património: castelos e núcleos tradicionais** destina-se a um leque alargado de segmentos, permitindo um conjunto diversificado de experiências, numa lógica de conhecimento e visitação dos vários atrativos relacionados com as vivências históricas, culturais e identitárias de Pombal.

O património natural, associado à Serra de Sicó, assume-se igualmente como um elemento central na oferta turística de Pombal, uma vez que possibilita a vivência de experiências únicas e diferenciadoras, que podem ser direcionadas para diferentes públicos e níveis de exigência. Neste contexto, o produto **Turismo desportivo e de competição: provas e estágios** é estratégico para a oferta turística de Pombal tendo em conta o crescimento exponencial de um importante segmento de mercado relacionado com os desportos *outdoor* e a existência de condições únicas para a prática de determinados desportos e competições, nomeadamente BTT, *trail running*, escalada, parapente e orientação. O produto **Turismo ativo e de natureza: experiências *soft* e *hard*** encontra-se relacionado com a prática de atividades de lazer e desporto na natureza. As atividades a desenvolver no âmbito deste produto dividem-se em experiências *soft*, ou seja, experiências ao ar livre de baixa intensidade como passeios pedestres, *cycling*, interpretação e usufruto da natureza, e experiências *hard*, relacionadas com a prática de desportos (BTT, *trail running*, escalada e parapente) numa lógica de experiência e não de competição.

Ainda no domínio do património natural, é identificado o produto **Turismo de mar: naturismo e sustentabilidade** também ele estratégico para a oferta turística de Pombal atendendo à existência de praias com características adequadas para o naturismo e às tendências de afirmação de novas formas de turismo baseadas na sustentabilidade, saúde e bem-estar e em nichos de mercado.

São ainda identificados dois produtos turísticos prioritários, também diferenciadores e de elevada relevância para a afirmação concelhia no setor do turismo, mas que exigem um maior trabalho de consolidação.

Para além do património religioso que se destaca na vila de Louriçal, o concelho de Pombal integra a rota dos Caminhos de Fátima sendo anualmente atravessado por milhares de peregrinos que procuram na cidade um dos últimos pontos fundamentais de apoio logístico e de descanso antes de chegar a Fátima. Neste contexto, o produto **Turismo religioso: Louriçal e Caminhos de Fátima** representa uma oportunidade ao nível da valorização e dinamização turística do concelho de Pombal, numa lógica de promoção integrada e de oferta complementar relativamente ao mais importante atrativo religioso nacional, o Santuário de Fátima.

No domínio do património natural e cultural, com destaque para a paisagem cársica, as grutas e abrigos, as dolinas e os sítios arqueológicos, é identificado o produto **Turismo científico: espeleologia, geomorfologia, arqueologia e paleontologia**, numa lógica de exploração e aquisição de conhecimento científico nestas áreas.

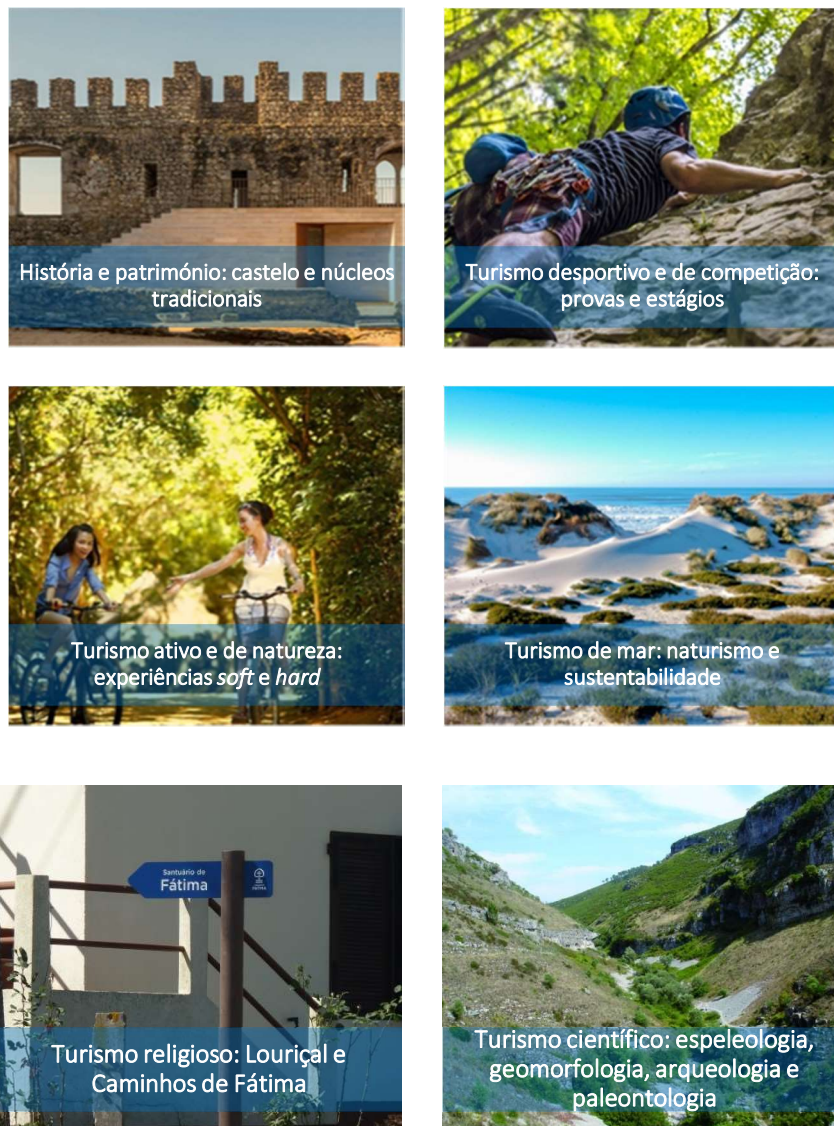


Figura 55. Produtos turísticos prioritários

Por último, destaca-se o alinhamento dos produtos turísticos prioritários propostos para Pombal com os Pilares Estratégicos da Região Centro definidos para o horizonte temporal 2020-2030 (Tabela 24), de acordo com o Plano Regional de Desenvolvimento Turístico:

- **Cultura, História, Património e Gastronomia e Vinhos:** Gastronomia distintiva, enoturismo, eventos e festas populares, zonas de interesse arqueológico, geológico e paleontológico, produtos endógenos e DOP, artesanato e tradição, património material e imaterial (da humanidade ou não), património cultural e rotas temáticas;
- **Natureza, Wellness, Turismo Ativo e Desportivo e Mar:** Serras, passeios pedestres e *trekking*, *cycling* e *walking*, infraestruturas desportivas, canoagem, *wakeboard*, náutica marítima e fluvial, praias marítimas e fluviais, *surf*, estâncias termais, grutas, barragens, observação astronómica;

- **Turismo Espiritual e Religioso:** Fátima, Caminho de Santiago, património Judaico (rotas das judiarias) e outros lugares de culto, assim como os lugares que propiciam a paz interior e espiritual;
- **Turismo *Corporate* e Empresarial:** *Meetings Industry*, feiras setoriais, eventos internacionais, turismo de negócios (*network* de empresas), tecido empresarial exportador;
- ***Lifestyle, Inspirational* e novas tendências:** Turismo de luxo ao nível de enriquecimento pessoal, de materialização do bem-estar como resultado da quietude envolvente, assim como a capacidade e atrair e fixar residentes oriundos dos mercados externos (e.g. nómadas digitais).

Tabela 24. Matriz de correlação entre os Produtos Turísticos Prioritários de Pombal e os Pilares Estratégicos da Região Centro

		PILARES ESTRATÉGICOS 2020-2030 - REGIÃO CENTRO							
		Cultura, História, Património e Gastronomia e Vinhos		Natureza, <i>Wellness</i> , Turismo Ativo e Desportivo e Mar			Turismo Espiritual e Religioso	Turismo <i>Corporate</i> e Empresarial	<i>Lifestyle, Inspirational</i> e novas tendências
		Cultura, História e Património	Gastronomia e Vinhos	Natureza e <i>Wellness</i>	Mar	Turismo ativo e desportivo	Turismo religioso	Turismo de Negócios	<i>Lifestyle, Inspirational</i> e novas tendências
PRODUTOS TURÍSTICOS PRIORITÁRIOS 2020-2030 - POMBAL	História e património: castelo e núcleos tradicionais	●	◐	◐	○	○	◐	◐	◐
	Turismo desportivo e de competição: provas e estágios	○	○	○	○	●	○	○	○
	Turismo ativo e de natureza: experiências <i>soft</i> e <i>hard</i>	◐	◐	●	○	●	○	◐	◐
	Turismo de mar: naturismo e sustentabilidade	◐	○	◐	●	◐	○	○	◐
	Turismo religioso: Louriçal e Caminhos de Fátima	◐	○	○	○	○	●	○	◐
	Turismo científico: espeleologia, geomorfologia, arqueologia e paleontologia	●	○	●	○	○	○	○	◐

● Elevada

◐ Média

○ Reduzida

HISTÓRIA E PATRIMÓNIO

Castelo e núcleos tradicionais



5.1.1 História e património: castelo e núcleos tradicionais

Objetivos

- Qualificar e valorizar o turismo cultural e histórico, contribuindo para o incremento da atratividade e visitação turística de Pombal.
- Incorporar fatores distintivos na oferta com vista à criação de um produto turístico inovador, diferenciador e autêntico – passar da visita à experiência cultural.
- Adaptar o produto “História e património: castelo e núcleos tradicionais” à evolução das tendências do setor e às exigências/motivações por parte dos visitantes/turistas.
- Apostar neste produto para aumentar períodos de estadia no território, afirmando-o isoladamente e em complemento de outros produtos turísticos a estruturar e da atividade económica e segmento *corporate* (segmento *bleisure – business + leisure*).

Descrição

O concelho de Pombal possui um vasto património histórico e cultural (material e imaterial) que possibilita a estruturação de um produto turístico focado na valorização e dinamização de elementos de referência, em articulação e complementaridade com outras ofertas e produtos turísticos.

O castelo de Pombal, classificado como monumento nacional, assume-se como o elemento de maior preponderância e representatividade no que ao património cultural edificado diz respeito, sendo o monumento mais visitado do concelho e palco de eventos e iniciativas de cariz cultural. Para além do castelo de Pombal, identificam-se outros elementos que encontram uma fácil articulação com as tendências de procura turística global que apontam para um crescente interesse pelo turismo cultural e procura de experiências únicas e que valorizem a autenticidade.

Nesse sentido, assumem particular importância os núcleos históricos e tradicionais do concelho, enquanto áreas de salvaguarda e preservação das características tradicionais e identitárias dos lugares. Destaca-se, desde logo, o centro histórico da cidade de Pombal, no qual a Praça Marquês de Pombal, os Museus Marquês de Pombal e de Arte Popular Portuguesa, a Igreja Matriz de Pombal e as várias ruas, largos e elementos arquitetónicos que estruturam o núcleo urbano antigo conferem-lhe um elevado interesse de visitação turística. Numa lógica descentralizada, os núcleos antigos de Louriçal, no qual o património religioso assume particular preponderância, de Abiul, da Redinha e das aldeias de Poios e Vale constituem elementos de ativação primordiais ao nível do turismo histórico e cultural, preservando e valorizando o passado e dinamizando ações que permitam reforçar e consolidar o potencial turístico destes espaços.



Figura 56. Praça Marquês de Pombal e Castelo de Pombal

Fonte: Município de Pombal (página do município), janeiro 2020

Para o efeito, a valorização turística, quer numa perspetiva de reforço da atração de turistas nacionais, quer numa perspetiva de internacionalização deste produto turístico e de diversificação de públicos, deve focar-se nos elementos distintivos de cada núcleo, preferencialmente ligados a temáticas que assumam projeção internacional, como a romanização, a herança templária ou as invasões francesas, mas também suportados em figuras marcantes da História de Portugal, com a figura de Marquês de Pombal a assumir especial importância. Da identidade histórica e cultural de Pombal fazem parte outras figuras de relevo que marcaram a cidade e o concelho, nomeadamente Gualdim Pais, Mestre da Ordem do Templo e responsável pela construção do Castelo de Pombal, os Condes de Castelo Melhor, comendadores de Pombal durante séculos, os Duques de Aveiro, estabelecidos em Abiul, onde deixaram uma importante marca patrimonial, e D. Dinis, que deixou a sua marca no território através da sua ligação à Mata Nacional do Urso e à Igreja de S. Martinho.



Figura 57. Mercado Medieval de Pombal; Recriação de Invasões Francesas na Redinha

Fonte: Município de Pombal (página e facebook do município), janeiro 2020

A dinamização deste produto turístico passa, entre outras medidas, pela organização da oferta numa lógica de *touring* cultural, suportado em rotas existentes e/ou a criar, que interliguem vários pontos de interesse com um fio condutor homogéneo e objetivo e com uma clara articulação com os elementos paisagísticos existentes, com a valorização dos recursos endógenos (incluindo a gastronomia e os produtos da terra) e com as artes e ofícios tradicionais (com destaque para a arte do bracejo da Ilha) que conferem identidade e autenticidade aos lugares. Estas rotas deverão expressar uma dimensão integrada e livre de fruição do território de Pombal e

envolver diretamente diversos *stakeholders* do território em questão, bem como os protagonistas do setor turístico. O objetivo é passar da visitação à experiência.

A aposta neste produto turístico sustenta-se igualmente na perspetiva de aumento significativo que se espera para o mesmo, devido à mudança do perfil do consumidor mais exigente com os aspetos intrínsecos do lugar que visita (cultura, história e arte), sendo, para tal, essencial valorizar e qualificar a oferta de suporte à atividade turística adaptada a um perfil de turista mais exigente, mais crítico e que privilegia a qualidade, a diferenciação e a exclusividade.

Este produto afirma-se como uma aposta no segmento *bleisure*, capitalizando fluxos *corporate* em territórios de proximidade e viagens de negócios associadas ao tecido empresarial concelhio.

Palavras chave: *touring* cultural, identidade, história, experiências integradas.

Segmentos-alvo

1. Casais | Grupos | Seniores | Famílias com crianças.
2. *Corporate* | Jovens.

Motivações e tendências

- **Motivações**
 - Culturais (cultura e religião, conhecimento, costumes locais).
 - Prazer (convívio, quebrar a rotina).
 - Relaxamento (família).
- **Principais tendências associadas**
 - Interesse pelo turismo cultural e programas específicos segmentados para diferentes públicos.
 - Experiências únicas, autênticas e irrepetíveis, que integram a interação e imersão na cultura local é cada vez mais valorizada, com o visitante a procurar “viver como um local”.

Enquadramento estratégico

- **Turismo Cultural (Comissão Europeia):** a União Europeia reconhece a importância da cultura como parte da experiência turística europeia devido ao seu incomparável património cultural, nomeadamente museus, teatros, sítios arqueológicos, centros históricos, indústrias, música e gastronomia [[mais informação](#)].
- **Estratégia Turismo 2027:** a história, cultura e identidade são identificados como ativos diferenciadores. Os ativos diferenciadores correspondem a atributos-âncora que constituem a base e a substância da oferta turística nacional, reunindo uma ou mais das seguintes características: (1) Endógenos – que refletem características intrínsecas e distintivas do destino/território, que possuem reconhecimento turístico internacional e/ou elevado potencial de desenvolvimento no futuro; (2) Não transacionáveis – que são parte de um destino/território concreto, não transferíveis para outro local e não imitáveis; (3) Geradores de fluxos – que estimulam a procura [[mais informação](#)].
- **Plano Regional de Desenvolvimento Turístico (2020-2030):** um dos pilares estratégicos para a Região Centro corresponde à “Cultura, História e Património”, destacando-se os eventos e festas populares, zonas de

interesse arqueológico, geológico e paleontológico, produtos endógenos, artesanato e tradição, património material e imaterial (da humanidade ou não), património cultural e rotas temáticas [[mais informação](#)].

- **Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial da Região de Leiria:** o turismo é identificado como uma área de especialização para a sub-região, com o objetivo de valorizar a diversidade concentrada e realizar o potencial turístico do território nas suas múltiplas facetas – turismo cultural e paisagístico, de bem-estar, de natureza e de negócios, no sentido do acréscimo no seu reconhecimento como um destino atrativo e de qualidade a nível nacional e internacional [[mais informação](#)].

Ações de consolidação

- Revitalização dos núcleos históricos, através da recuperação física das aldeias, preservando a sua autenticidade patrimonial e dotando-as de infraestruturas e serviços de apoio à atividade turística.
- Reforço de sinalética interpretativa e direcional associada ao património material e imaterial.
- Criação de suportes tecnológicos para as diferentes experiências – sensorização de percursos, etc., *app* guia com “cicerone” digital e experiências de realidade aumentada em pontos de interesse turístico e ao longo de rotas pré-definidas.
- Dinamização de agenda anual de eventos em locais de referência histórica e patrimonial, reforçando a aposta no Castelo e no centro histórico de Pombal e alargando-a a outros núcleos históricos, com o envolvimento das associações locais – experienciar os lugares através de atividades de animação.
- Consolidação/expansão de rotas existentes e criação de novas rotas históricas e culturais associadas a experiências (tradições/saber-fazer tradicional, artesanato, ofícios ancestrais, gastronomia).
- Reforço de redes e parcerias com outros territórios, nacionais e internacionais, no sentido de reforçar a valorização e promoção de elementos históricos e culturais com capacidade de projeção (Marquês de Pombal, Invasões Francesas, Romanização, História Militar, Castelos e Fortalezas).
- Integração de Pombal nas rotas/estratégias nacionais e internacionais relativamente à temática templária/militar.
- Dinamização e inclusão do Município de Pombal nas rotas Nacional e Internacional dos Templários e na Rede de Cidades Templárias.
- Potenciar a figura histórica de D. Gualdim de Pais, mestre da Ordem dos Templários.
- Dinamização de visitas guiadas e visitas encenadas/encenações históricas regulares ao território cultural e patrimonial – visitas ao longo do ano, adaptadas a períodos mais propícios à valorização de elementos identitários.
- Realização de ações de sensibilização e de capacitação dirigidas à população e operadores turísticos dos núcleos históricos, no sentido de dotá-las com as competências necessárias em diversas áreas relacionadas com o acolhimento e a atividade turística de uma forma geral, que lhes permitam dar a resposta adequada aos maiores níveis de exigência e de qualidade decorrente de públicos mais diversificados.

Exemplos inspiradores



A cidade de **Ávila**, situada cerca de 100 km a noroeste de Madrid, e capital da província espanhola com o mesmo nome, aposta no turismo enquanto lugar de história, cultura e tradição, com referências a importantes períodos da história espanhola e europeia e a figuras marcantes. A promoção turística, muito focada no produto ligado à cultura, história e património, é essencialmente feita através de um portal específico para o efeito no qual é possível encontrar informação sobre o que conhecer, o que fazer e o que saber sobre Ávila. Estabelecem-se ligações a vários períodos e figuras marcantes da cidade e da região, promovem-se eventos temáticos em torno dessa riqueza e diversidade patrimonial, divulgam-se museus, monumentos e outros espaços a visitar e faz-se a interligação com a gastronomia e tradições dos lugares.

No mesmo portal, é ainda possível aceder a experiências compósitas com enfoque na história, cultura e património, acede-se a informação complementar sobre alojamento, restauração e outros serviços e experiencia-se recursos suportados nas tecnologias digitais, com destaque para uma *app* dedicada ao turismo e experiências de realidade aumentada. Disponível em castelhano e inglês, e com o apoio das autoridades nacionais e regionais, o portal www.avilaturismo.com é a porta de entrada num destino que aposta no espectro cultural, histórico e patrimonial.



A marca **Aldeias Históricas de Portugal** existe no mercado há cerca de vinte anos e tem um enfoque temático na valorização económica e social em rede do potencial turístico do património construído de doze aldeias históricas e do património judaico da Beira Interior, sendo a sua estratégia centrada nas três principais áreas de vocação do território: turismo, património/ cultura e produtos tradicionais.

Distribuídas de forma difusa ao longo da linha da fronteira, as Aldeias Históricas de Portugal corporizam uma estratégia de desenvolvimento e valorização do interior da Região Centro, centrada na promoção de recursos genuínos e diferenciadores como a história, a cultura e o património, enquanto fatores de sustentabilidade de territórios menos competitivos em termos demográficos e económicos.

A Associação Aldeias Históricas de Portugal foi pioneira no desenvolvimento de pacotes turísticos com produtos e recursos do seu território que foram trabalhados com parceiros locais produtos compósitos, com valores definidos que o turista pode adquirir numa lógica “chave na mão”.

A Rede de Aldeias Históricas de Portugal integra uma oferta turística com alojamento, restauração, atividades e experiências nas 12 aldeias, como pacotes temáticos e percursos diferenciados através dos quais os turistas podem percorrer o território e ficar a conhecer a sua história e cultura e que incluem atividades

complementares de turismo de natureza, turismo ativo, com a fruição do património cultural e edificado, dando a conhecer a história deste território e a gastronomia típica [[mais informação](#)].

TURISMO DESPORTIVO E DE COMPETIÇÃO

Provas e estágios



5.1.2 Turismo desportivo e de competição: provas e estágios

Objetivos

- Qualificar e valorizar o turismo desportivo e de competição, contribuindo para o incremento da atratividade e visitação turística de Pombal.
- Incorporar fatores distintivos na oferta com vista à criação de um produto turístico inovador, diferenciador e autêntico.
- Adaptar o produto “Turismo desportivo e de competição: provas e estágios” à evolução das tendências do setor e às exigências/motivações por parte dos visitantes/turistas.

Descrição

O concelho de Pombal tem vindo a assumir uma importância crescente no contexto da organização de eventos desportivos de cariz oficial, sendo palco de provas e campeonatos do circuito regional, nacional e mesmo internacional de diversas modalidades.

Neste contexto, a realização de várias provas integradas nos campeonatos nacionais de atletismo em pista coberta na Expocentro, enquanto infraestrutura única no país para o acolhimento de eventos desta natureza e dimensão, constitui já uma importante referência na afirmação de Pombal enquanto “capital da pista coberta” e destino associado ao desporto. Anualmente, Pombal recebe os melhores atletas e clubes de atletismo nacionais, gerando importantes dinâmicas ao nível da hotelaria, restauração e serviços no concelho e na região.

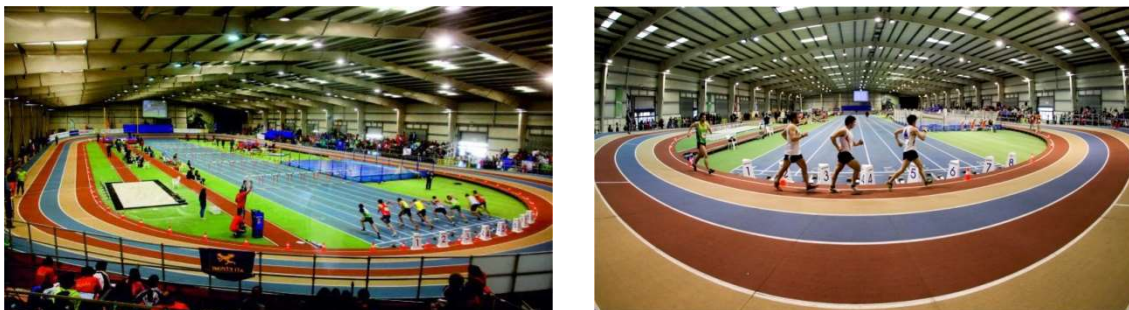


Figura 58. Provas de atletismo na Pista Coberta instalada em Pombal

Fonte: Município de Pombal (página do município), janeiro 2020

Com a experiência adquirida através da realização de provas profissionais e eventos de qualidade ligados ao atletismo e com a crescente afirmação na atração de provas oficiais ligadas a modalidades tão distintas como o *trail running*, o xadrez, o karaté, o andebol, o futebol, o aerodelismo (pistas do Carriço e Casalinho) e o radio modelismo (pistas de Vermoil e Albergaria dos Doze) ou os desportos motorizados, Pombal perfila-se como um destino com elevado potencial na complementaridade que poderá e deverá ser estabelecida entre o desporto e a atividade turística.

Para além da importância já assumida por Pombal nas modalidades referidas, aposta que deve continuar a ser reforçada, dinamizada e consolidada, tirando partido de infraestruturas existentes com capacidade para acolher provas nacionais e internacionais, identifica-se o potencial para provas e competições *outdoor*,

essencialmente baseado no património natural do concelho que importa valorizar como palco de afirmação do turismo desportivo no território. Neste âmbito, destaca-se o elevado potencial da Serra de Sicó para modalidades como o *trail running*, o BTT, a escalada ou o parapente, sendo já palco de diversos eventos de cariz amador e não competitivo e destino de praticantes destas e de outras modalidades⁴⁷. Destaca-se igualmente o potencial da Mata Nacional do Urso para modalidades como o BTT ou a corrida de orientação, assim como de todo o território concelhio que pode ser valorizado para fins de desporto de competição. Fruto das condições naturais e das infraestruturas existentes, existe uma massa crítica e associativa local que dinamiza diversas provas desportivas, ainda sem cariz oficial e competitivo, principalmente no que ao BTT e ao *trail running* diz respeito, alinhando-se aqui as condições e o *know-how* para a afirmação destas e de outras provas e modalidades nos respetivos calendários oficiais.



Figura 59. Trilhos na Mata Nacional do Urso e Serra de Sicó

Fonte: Município de Pombal (página do município), janeiro 2020

No entanto, o potencial do turismo desportivo não se esgota na realização e atração para o território de provas oficiais, propondo-se a capitalização das condições naturais e infraestruturas existentes para posicionar Pombal enquanto destino para a realização de estágios para equipas e/ou atletas nacionais e internacionais. A consolidação deste produto passa pela captação de atletas, equipas e figuras influentes nas modalidades mencionadas para que testem e possam eleger este território para estagiar e treinar, contribuindo para a sua afirmação no panorama nacional e internacional entre praticantes e especialistas.

Palavras chave: desporto, alta competição.

Segmentos-alvo

1. Individuais (atletas) | Grupos (equipas).

Motivações e tendências

- **Motivações**
 - Físicas (desporto).
 - Competição.
- **Principais tendências associadas**

⁴⁷ A Associação de Desenvolvimento Terras de Sicó, juntamente com os seus Municípios, encontra-se a preparar uma candidatura para a classificação da Serra de Sicó como Paisagem Protegida Regional, o que poderá condicionar ou interditar atos e atividades a desenvolver na Serra de Sicó, nomeadamente na área do turismo.

- Procura por uma vida saudável: atividade física, desporto, aventura, saúde e bem-estar.
- Afirmação de novas formas de turismo baseadas no ecoturismo, no turismo de natureza, saúde e bem-estar, no turismo acessível e em nichos de mercado, nomeadamente o desporto e competições.

Enquadramento estratégico

- **Agenda para um Turismo Europeu Sustentável e Competitivo (Comissão Europeia):** pretende-se, através desta agenda, a adoção das medidas necessárias para reforçar o contributo das práticas sustentáveis e favorecer a competitividade da Europa como destino turístico mais atrativo do mundo [[mais informação](#)].
- **Estratégia Turismo 2027:** os eventos desportivos são evidenciados como um ativo qualificador uma vez que enriquecem a experiência turística e/ou acrescentam valor à oferta dos territórios, alavancados pelos ativos diferenciadores do destino [[mais informação](#)].
- **Plano Regional de Desenvolvimento Turístico (2020-2030):** um dos pilares estratégicos para a Região Centro corresponde à “Natureza, *Wellness*, Turismo Ativo e Desportivo e Mar”. Ao nível do turismo ativo e desportivo são evidenciados os passeios pedestres, *trekking*, *cycling* e *walking*, canoagem, *wakeboard*, náutica marítima e fluvial, infraestruturas desportivas [[mais informação](#)].
- **Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial da Região de Leiria:** o turismo é identificado como uma área de especialização para a sub-região, com o objetivo de valorizar a diversidade concentrada e realizar o potencial turístico do território nas suas múltiplas facetas – turismo cultural e paisagístico, de bem-estar, de natureza e de negócios, no sentido do acréscimo no seu reconhecimento como um destino atrativo e de qualidade a nível nacional e internacional [[mais informação](#)].

Ações de consolidação

- Criação e/ou requalificação de infraestruturas e equipamentos de apoio à atividade desportiva (Centro de Estágios, Centro de BTT Sicó, Pista Coberta, equipamentos âncora, móveis e imóveis, de apoio às atividades realizadas em ambiente natural).
- Captação de campeonatos/provas nacionais e internacionais de BTT, *trail running*, escalada, parapente, orientação e atletismo.
- Captação e promoção de provas de âmbito nacional e internacional de modelismo, potenciando o circuito existente em Albergaria dos Doze e a pista de ultraleves no Casalinho.
- Captação de eventos desportivos já consolidados no calendário oficial das respetivas modalidades (atletismo, BTT, *trail running*) e com elevada capacidade de atração de participantes.
- Captação de atletas e equipas para estágios desportivos (captação de públicos nacionais e internacionais).
- Atração de figuras marcantes e influenciadoras com projeção internacional em modalidades específicas (BTT, *Trail Running*, Escalada).
- *Cross-selling* de produtos turísticos em provas e estágios no território concelhio, capitalizando o potencial de captação e de alcance de público (decorrente também da transmissão das provas em diferentes meios de comunicação).

- Criação de eventos complementares às provas oficiais em organização paralela e abertas ao público em geral.
- Criação de pacotes turísticos desportivos, integrando alojamento, alimentação e o evento desportivo.

Exemplos inspiradores



Com uma forte tradição ligada ao mar e à atividade piscatória, **Peniche** encontrou no *surf* uma atividade que dinamizou, e continua a dinamizar, a atividade económica e a notoriedade nacional e internacional do concelho e da região, assumindo-se como a “capital da onda”. Peniche é anualmente palco de diversas provas nacionais e internacionais, acolhendo inclusive uma etapa do circuito mundial de *surf*, atraindo às suas praias os atletas de elite da modalidade e garantindo uma cobertura mediática à escala global. Atualmente, Peniche vive essencialmente da atividade turística alicerçada no *surf* e em todo o reconhecimento que a modalidade lhe conferiu a nível mundial, com reflexos notórios a nível económico e enquanto alavanca para investimentos em diversas áreas, destacando-se, entre outros, o Centro de Alto Rendimento de *Surf* de Peniche. A dinâmica associada à modalidade coloca Peniche nos lugares cimeiros a nível mundial relativamente aos destinos de *surf* mais procurados, competindo com destinos como o Havai ou a África do Sul, atraindo milhares de visitantes ao território, não só atletas, mas também praticantes amadores da modalidade que aí encontram uma oferta de experiências e condições adaptadas a vários públicos [\[mais informação\]](#).

Igualmente na modalidade do *surf*, a **Nazaré** viu a sua projeção mediática a nível global alterar-se após o surfista havaiano Garret MacNamara, em 2011, ter surfado a onda gigante da Praia do Norte. Desde então milhares de praticantes da modalidade e turistas procuram experienciar ou observar as famosas ondas. A Nazaré tornou-se numa referência mundial de *surf* de ondas gigantes, hoje palco da competição de elite mundial “*Big Wave Tour*”, com impacto visível na dinamização económica do concelho [\[mais informação\]](#).



Noutras modalidades, nomeadamente no BTT nas suas mais diversas vertentes, a **Lousã** tem vindo a ganhar notoriedade a nível nacional e internacional através da organização de provas oficiais, com especial enfoque na disciplina do *Downhill*, resultado de condições excecionais presentes no território para a prática da modalidade que atrai milhares de praticantes anualmente e que aí podem encontrar infraestruturas e equipamentos de apoio à atividade, com repercussões ao nível da procura turística e da projeção do concelho e da região [\[mais informação\]](#).

TURISMO ATIVO E DE NATUREZA

Experiências *soft* e *hard*



5.1.3 Turismo ativo e de natureza: experiências *soft* e *hard*

Objetivos

- Qualificar e valorizar o turismo ativo e de natureza, contribuindo para o incremento da atratividade e visitação turística de Pombal.
- Incorporar fatores distintivos na oferta com vista à criação de um produto turístico inovador, diferenciador e autêntico.
- Adaptar o produto “Turismo ativo e de natureza: experiências *soft* e *hard*” à evolução das tendências do setor e às exigências/motivações por parte dos visitantes/turistas.
- Apostar neste produto para aumentar períodos de estadia no território, afirmando-o isoladamente e em complemento de outros produtos turísticos a estruturar e da atividade económica e segmento *corporate* (segmento *bleisure – business + leisure*).

Descrição

O turismo ativo e de natureza representam tipologias de turismo cuja principal motivação se foca na realização de atividades turísticas em contextos naturais, inclusive a prática de desportos de aventura. As tendências atuais do turismo apontam para uma crescente procura por atividades em ambiente natural, longe do desgaste e *stress* quotidiano das cidades, sendo cada vez maior o número de pessoas que no seu tempo livre realiza atividades e experiências desportivas na natureza.

No âmbito da evolução que o mercado turístico europeu sofreu ao longo das últimas décadas, o turismo ativo e o turismo de natureza ganharam destaque como segmentos complementares que combinam de forma harmoniosa o usufruto da natureza e o bem-estar. O turismo ativo acompanha o crescente interesse pelo contacto com a natureza num contexto de lazer e atividade física segundo princípios de equilíbrio, respeito e utilização racional dos recursos, reforçando um modelo de desenvolvimento integrado e sustentável. Paralelamente, a oferta de experiências neste segmento implica um elevado envolvimento físico e mental por parte dos turistas, promovendo a imersão no território e a interação com a comunidade local, agregando um conjunto variado de atividades associadas não só à natureza, mas também ao património cultural.

O concelho de Pombal tem vindo a ser progressivamente reconhecido como um destino ideal para a prática destas atividades, alicerçadas num extenso, valioso e diferenciador património natural, com destaque para a Serra/Maciço Calcário de Sicó e para a Mata Nacional do Urso. Devido às características da sua paisagem e da sua geomorfologia, propícias à realização deste tipo de atividades, torna-se necessário definir e organizar um produto turístico, introduzindo fatores de sofisticação, nomeadamente ao nível das infraestruturas *indoor* e *outdoor* de suporte. Neste sentido, e de forma a encontrar uma clara articulação com o turismo desportivo, a oferta a dinamizar no âmbito do turismo ativo e de natureza deve apontar para dois tipos de públicos/experiências distinto(a)s:

- **Experiências “*soft*”**, dirigidas a famílias, grupos e pessoas que, mais que atividades físicas, pretendem usufruir e desfrutar da natureza com experiências pouco exigentes do ponto de vista físico e, por isso, acessíveis a todos os grupos etários. Incluem-se aqui atividades como o pedestrianismo, tirando partido

das rotas já existentes e/ou a criar, o cicloturismo, baseado na ciclovia da Estrada Atlântica e numa rede de trilhos formais ou informais, de baixa exigência física e técnica e na rede de caminhos rurais de reduzido tráfego automóvel, com especial incidência na Serra de Sicó e experiências específicas de escalada por exemplo.

Nesta tipologia de experiências *soft* enquadram-se ainda as atividades de observação da natureza – fauna, flora e paisagem (terra e céu), com um forte potencial no território concelhio, aqui também com especial incidência no Maciço Calcário de Sicó e na Mata Nacional do Urso onde a fauna e flora são únicas e onde a interpretação de paisagem e observação astronómica podem ser experiências turísticas.

- **Experiências “hard”**, dirigidas a um público mais aventureiro e que procura experiências radicais e exigentes do ponto de vista físico, sendo ou não praticantes amadores de modalidades desportivas como o BTT, *downhill*, *trail running*, escalada, asa delta, parapente, balonismo ou canoagem recreativa. Estas experiências serão essencialmente asseguradas por empresas de animação turística tendo por base os espaços e infraestruturas públicas existentes.

Na dinamização deste produto turístico é importante criar condições no território para a atração de visitantes/praticantes das modalidades e experiências que aí encontram potencial, mas também mobilizar agentes turísticos para a oferta de atividades estruturadas e que, tirando partido dos espaços naturais e infraestruturas públicas de suporte, ofereçam experiências adaptadas a diferentes tipos de público.

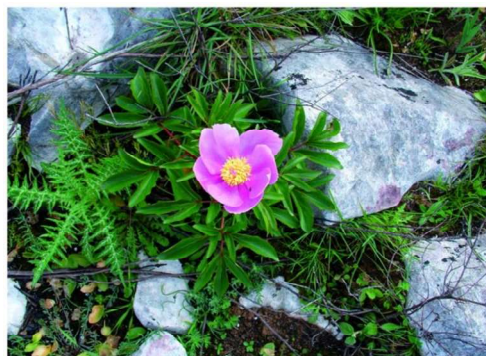


Figura 60. Atividades e infraestruturas de apoio ao turismo ativo e de natureza em Pombal

Fonte: Município de Pombal (página do município), janeiro 2020

A aposta neste produto turístico ganha especial relevância pela perspetiva de contínuo crescimento face à crescente consciencialização sobre o meio ambiente e a necessidade de adotar e desenvolver hábitos de vida mais saudáveis e em maior comunhão com a natureza/meio ambiente. Do ponto de vista local, sendo um produto disponível durante todo o ano, contribui para um maior equilíbrio da procura e para contrariar a tendência de sazonalidade da atividade turística.

Palavras chave: percursos de natureza, *naturewatching*, saúde e bem-estar, sustentabilidade.

Segmentos-alvo

1. Famílias com crianças | Grupos | Jovens | Seniores.
2. Casais | Individuais | *Corporate*.

Motivações e tendências

- **Motivações**
 - Físicas (contacto com a Natureza, desporto, vida ativa).
 - Relaxamento (bem-estar, família, desfrutar o clima).
 - Prazer (aventura, quebrar a rotina).
- **Principais tendências associadas**
 - Procura de férias mais ativas, turismo de aventura e por experiências únicas e verdadeiras.
 - Aumento da procura por atividades associadas ao turismo de natureza e conseqüente aparecimento de produtos mais sofisticados nestes segmentos.
 - *Bleisure* - crescente mistura entre viagens de negócios e de lazer, nomeadamente através do prolongamento da estadia para a realização de experiências únicas locais.
 - Crescente preocupação com a saúde, bem-estar e hábitos saudáveis traz alterações ao nível da oferta turística.

Enquadramento estratégico

- **Agenda para um Turismo Europeu Sustentável e Competitivo (Comissão Europeia):** pretende-se, através desta agenda, a adoção das medidas necessárias para reforçar o contributo das práticas sustentáveis e favorecer a competitividade da Europa como destino turístico mais atrativo do mundo [[mais informação](#)].
- **Estratégia Turismo 2027:** a natureza é evidenciada como um ativo diferenciador. Os ativos diferenciadores correspondem a atributos-âncora que constituem a base e a substância da oferta turística nacional, reunindo uma ou mais das seguintes características: (1) Endógenos – que refletem características intrínsecas e distintivas do destino/território, que possuem reconhecimento turístico internacional e/ou elevado potencial de desenvolvimento no futuro; (2) Não transacionáveis – que são parte de um destino/território concreto, não transferíveis para outro local e não imitáveis; (3) Geradores de fluxos – que estimulam a procura [[mais informação](#)].
- **Plano Regional de Desenvolvimento Turístico (2020-2030):** um dos pilares estratégicos para a Região Centro corresponde à “Natureza, *Wellness*, Turismo Ativo e Desportivo e Mar”. Ao nível do turismo ativo e desportivo destacam-se os passeios pedestres, *trekking*, *cycling* e *walking*, canoagem, *wakeboard*, náutica marítima e fluvial, infraestruturas desportivas. Ao nível da natureza e *wellness* destacam-se as serras, praias fluviais, estâncias termais, grutas, barragens, observação astronómica [[mais informação](#)].
- **Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial da Região de Leiria:** o turismo é identificado como uma área de especialização para a sub-região, com o objetivo de valorizar a diversidade concentrada e realizar o potencial turístico do território nas suas múltiplas facetas – turismo cultural e paisagístico, de bem-estar, de natureza e de negócios, no sentido do acréscimo no seu reconhecimento como um destino atrativo e de qualidade a nível nacional e internacional [[mais informação](#)].

Ações de consolidação

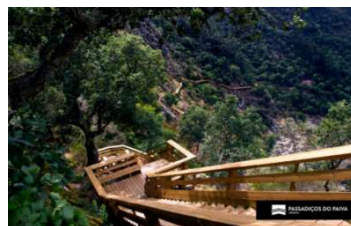
- Consolidação/expansão de rotas existentes e criação de novas rotas/trilhos interpretativos e consolidação/qualificação de rede de percursos pedestres de pequena e grande rota (PR e GR) homologadas.
- Adaptação de percursos existentes, ou criação de novos, acessíveis a visitantes com necessidades especiais (promoção do turismo acessível).
- Reforço da sinalética informativa/de interpretação da natureza (fauna, flora e paisagem) e de orientação para suporte a atividades de turismo ativo e de natureza – pedestrianismo e cicloturismo.
- Criação e/ou requalificação de equipamentos âncora no apoio às atividades de turismo ativo e de natureza [Explore Sicó (Maciço calcário/Serra de Sicó) e Guarda do Norte (Mata Nacional do Urso)] e criação de sistema de disponibilização de bicicletas de utilização turística de Pombal com pontos principais nesses equipamentos âncora.
- Criação e dinamização de rota intermunicipal referente ao período do Jurássico, potenciando os achados paleontológicos (Andrés, Junqueira e Monte Agudo, identificados até à presente data no território), através de um modelo de interpretação atrativo e a sua dinamização no território, com especial incidência na União de Freguesias de Santiago e São Simão de Litém e Albergaria dos Doze.
- Criação de suportes tecnológicos para as diferentes experiências – *app* guia, sensorização de percursos, instalação de GPS no sistema de bicicletas de utilização turística, etc.
- Avaliação da qualidade de observação astronómica na Serra de Sicó e na Mata Nacional do Urso e consequente criação de espaços dedicados maximizando o potencial existente.
- Dinamização regular de atividades de observação e interpretação da natureza ancoradas nos espaços e estruturas existentes no concelho.
- Criação de *packs* temáticos e de experiências integradas com outras atividades e produtos turísticos delineados para o território, quer através de experiências que promovam a total autonomia do participante, quer através da integração do mesmo em visitas guiadas ao território.
- Captação de agentes turísticos que possam oferecer *packs* de experiências no segmento do turismo de aventura e radical no concelho.
- Integração em redes nacionais e internacionais relacionadas com o turismo ativo e de natureza (ex. Carta Europeia de Turismo Sustentável).

Exemplos inspiradores


PASSADIÇOS DO PAIVA
AROUCA

Os [Passadiços do Paiva](#), projeto que tem recebido várias distinções nacionais e internacionais, destacando-se o reconhecimento obtido nos *World Travel Awards* entre 2016 e 2019, são um percurso localizado na margem do Rio Paiva (concelho de Arouca), com uma extensão de 8,7 quilómetros. Estes percursos integram estruturas construídas em madeira, suspensas nos vales íngremes do rio, ao longo das quais os visitantes experienciam de perto o património natural (faunístico e florístico) local.

Os Passadiços do Paiva integram o Arouca Geopark, sendo considerados uma PR (pequena rota). Na sua página oficial, é possível obter informações sobre horários, compra de bilhete, reservas, informações de segurança, materiais de apoio à visita e integrar visitas guiadas, assim como aceder à oferta turística e gastronómica da região envolvente, numa lógica de complementaridade entre produtos turísticos [[mais informação](#)].



Parc naturel régional

Haut-Jura

A uma escala internacional, e enquanto área natural protegida numa paisagem cársica (maciço do Jura, no sudoeste de França), o [Parc Naturel Régional Haut-Jura](#) desenvolve um trabalho focado na preservação da biodiversidade, sensibilização ambiental, proteção e valorização do património arquitetónico e cultural e promoção de hábitos e práticas sustentáveis. O turismo ativo e de natureza é o principal produto turístico. Na área ocupada por este parque natural, que se estende por mais de 178 mil hectares, é possível aceder a uma oferta diversificada de atividades dirigidas a vários públicos, desde experiências mais radicais ligadas a desportos de aventura, até ao *touring* cultural e paisagístico, à fotografia e observação da natureza, recantos ligados à saúde e bem-estar, atividades para grupos e famílias, entre outras experiências com o compromisso pela sustentabilidade assumido [[mais informação](#)].



TURISMO DE MAR

Naturismo e sustentabilidade



5.1.4 Turismo de mar: naturismo e sustentabilidade

- Qualificar e valorizar o turismo de mar, contribuindo para o incremento da atratividade e visitação turística de Pombal.
- Incorporar fatores distintivos na oferta com vista à criação de um produto turístico inovador, diferenciador e autêntico.
- Adaptar o produto “Turismo de mar: naturismo e sustentabilidade” à evolução das tendências do setor e às exigências/motivações por parte dos visitantes/turistas.

Descrição

As questões relacionadas com as alterações climáticas e a sustentabilidade constituem tendências atuais e globais associadas ao turismo, interligando-se com novas formas baseadas no ecoturismo, no turismo de natureza, na saúde e bem-estar, no turismo acessível e em nichos de mercado nos quais se inclui o naturismo. A valorização do turismo de mar, essencial para o território concelhio, deve ser focada na sustentabilidade e nas características ambientais da zona costeira, com um ecossistema natural e seminatural preservado e que assim se pretende manter, com uma apropriação turística equilibrada e que capte públicos que procuram praias com estas características, integradas na natureza e isoladas/afastadas de contextos urbanos. Neste contexto, a oferta de Pombal no produto turismo de mar é baseada num conceito mais abrangente, relacionado com a sustentabilidade ambiental, a preservação do ambiente, a adoção de práticas e comportamentos éticos e responsáveis nos quais o produto turístico focado no mar deverá incidir.

Neste contexto, e uma vez que este território apresenta características únicas que o levam a ser já procurado para o naturismo, este é um segmento de aposta. De acordo com a [Federação Portuguesa de Naturismo \(FPN\)](#)⁴⁸, “o Naturismo é uma forma de viver em harmonia com a Natureza caracterizada pela prática da nudez social, com o propósito de favorecer a auto-estima, o respeito pelos outros e pelo meio ambiente”. Associado ao turismo de mar enquanto produto turístico da estratégia de desenvolvimento turístico, o naturismo ganha expressão pelo carácter diferenciador que a prática e todo o conceito que lhe está subjacente poderá assumir neste território.

Ao longo dos cerca de 9 km da sua linha de costa, Pombal possui na Praia do Osso da Baleia (semi-natural) e na Praia do Urso (natural)⁴⁹ importantes elementos de valorização turística associados ao mar, com características ambientais e de enquadramento territorial únicas. O naturismo surge como um elemento diferenciador com potencial de atração de público internacional e nacional, tendo em conta que, de acordo com os dados da FPN⁵⁰, não existem praias naturistas oficiais em Portugal a norte de Lisboa, concentrando-se as nove existentes na faixa litoral entre Almada e Sagres⁵¹.

⁴⁸ www.fpn.pt (acedido em janeiro de 2020).

⁴⁹ A abertura da nova frente de praia (Praia do Urso) corresponde a um projeto perspectivado (de acordo com a Tabela 5).

⁵⁰ www.fpn.pt/praias_naturistas.html (acedido em janeiro de 2020).

⁵¹ Existem praias consideradas tolerantes à prática do naturismo na Região Centro, nas quais se inclui a Praia do Osso da Baleia.



Figura 61. Praia do Osso da Baleia

Fonte: SPI, 2019 e Município de Pombal (página do município), janeiro 2020

Face a este enquadramento, a aposta na oficialização de uma praia (ou parte de uma praia) naturista no concelho de Pombal permite um posicionamento distintivo face à oferta existente a nível regional e um alinhamento com tendências turísticas a nível global, consagrando uma prática associada a princípios de respeito e equilíbrio homem/natureza.

Numa abordagem integrada de valorização da natureza e do contexto costeiro único (da Praia do Osso da Baleia e da Praia do Urso), o produto turístico mar deve ser reforçado com ações que envolvam atividades ligadas a desportos náuticos consolidados e estratégicos a nível regional e nacional⁵², como é o caso do *surf* e outras modalidades em planos de água mais calmos, como são o *paddle*, a canoagem ou a náutica de recreio, por exemplo, num reforço da oferta de experiências lúdicas e recreativas mais inclusivas e para toda a família.



Figura 62. Naturismo, Desporto e Sustentabilidade

Fonte: Banco de imagens online, janeiro 2020

A atração de públicos nacionais e internacionais que procuram este tipo de oferta relacionada com o naturismo e a sustentabilidade ambiental encontrará complementaridade com a oferta proposta ao nível de outros produtos turísticos que o concelho tem para oferecer e que se baseiam nos princípios de sustentabilidade e valorização integrada da natureza.

Considerando a oferta presente nos concelhos limítrofes e as características únicas das suas praias, Pombal não deverá posicionar-se concorrencialmente a ofertas de sol e praia tradicionais, mas sim como oferta alternativa sustentada na diferenciação que essas mesmas praias apresentam.

Palavras chave: mar, sustentabilidade ambiental, naturismo, desportos náuticos.

Segmentos-alvo

1. Casais | Famílias com crianças
2. Jovens | Grupos

⁵² As atividades, como a prática do *surf*, têm que estar devidamente licenciadas e autorizadas pela Capitania do Porto da Figueira da Foz, mediante as condições e infraestruturas necessárias de apoio às modalidades.

Motivações e tendências

▪ **Motivações**

- Equilíbrio e bem-estar (sentimento de pertença e contributo para a preservação do planeta).
- Relaxamento (família).
- Prazer (convívio, aventura, diversão, quebrar a rotina).
- Físicas (contacto com a natureza, desporto, vida ativa).

▪ **Principais tendências associadas**

- Alterações climáticas e maior importância da sustentabilidade, com uma preocupação crescente dos turistas pela diminuição da pegada ecológica individual e contributo para as comunidades em que se inserem.
- Afirmação de novas formas de turismo baseadas no ecoturismo, no turismo de natureza, saúde e bem-estar, no turismo acessível e em nichos de mercado.

Enquadramento estratégico

- **Agenda para um Turismo Europeu Sustentável e Competitivo (Comissão Europeia):** pretende-se, através desta agenda, a adoção das medidas necessárias para reforçar o contributo das práticas sustentáveis e favorecer a competitividade da Europa como destino turístico mais atrativo do mundo [[mais informação](#)].
- **Estratégia Turismo 2027:** o mar, o clima e a luz são identificados como ativos diferenciadores. Os ativos diferenciadores correspondem a atributos-âncora que constituem a base e a substância da oferta turística nacional, reunindo uma ou mais das seguintes características: (1) Endógenos – que refletem características intrínsecas e distintivas do destino/território, que possuem reconhecimento turístico internacional e/ou elevado potencial de desenvolvimento no futuro; (2) Não transacionáveis – que são parte de um destino/território concreto, não transferíveis para outro local e não imitáveis; (3) Geradores de fluxos – que estimulam a procura. Paralelamente, o bem-estar surge como ativo emergente, apresentando um elevado potencial de crescimento, podendo no futuro gerar movimentos de elevado valor acrescentado e potenciar o efeito multiplicador do turismo na economia [[mais informação](#)].
- **Plano Regional de Desenvolvimento Turístico (2020-2030):** um dos pilares estratégicos para a Região Centro corresponde à “Natureza, *Wellness*, Turismo Ativo e Desportivo e Mar”. No que ao mar diz respeito destacam-se as praias marítimas e o *surf* [[mais informação](#)].
- **Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial da Região de Leiria:** o turismo é identificado como uma área de especialização para a sub-região, com o objetivo de valorizar a diversidade concentrada e realizar o potencial turístico do território nas suas múltiplas facetas – turismo cultural e paisagístico, de bem-estar, de natureza e de negócios, no sentido do acréscimo no seu reconhecimento como um destino atrativo e de qualidade a nível nacional e internacional [[mais informação](#)].

Ações de consolidação

- Infraestruturação, valorização e dinamização dos equipamentos e serviços de apoio da Praia do Osso da Baleia e Praia do Urso.
- Oficialização de uma das praias (ou parte de uma praia) para a prática naturista, tendo em conta o respeito e adaptabilidade à classificação enquanto praias naturais e semi-naturais.
- Criação de *packs* de experiências ligadas ao mar e ao usufruto sustentável da zona costeira (*surf*, *kitesurf* e *bodyboard*; ações de sustentabilidade ambiental e preservação da orla costeira).
- Criação de experiências compósitas, com produtos turísticos que captem e envolvam públicos que valorizem o património natural costeiro, as experiências náuticas e o naturismo.
- Captação de agentes turísticos que possam oferecer packs de experiências ligadas ao mar e à sustentabilidade no concelho.
- Integração em redes de promoção internacional da prática e estilo de vida naturista.

Exemplos inspiradores



O concelho de Odemira, localizado no sudoeste alentejano, dispõe de duas praias oficiais para a prática do naturismo, nomeadamente a zona norte da Praia do Malhão, desde 2019, e a zona sul da Praia dos Alteirinhos, desde 2008. A estas praias associa-se Alojamento Local naturista, desde 2010, consolidando a diferenciação e capacidade de atração deste público específico. Estas praias são dotadas de infraestruturas de apoio e já se verificava nelas a prática do naturismo de forma não oficial, tendo sido reconhecido como uma mais-valia a oficialização com a consequente possibilidade de atração deste segmento para o território, utilizando as redes nacionais e internacionais desta prática que está associada a um conceito e filosofia de vida que privilegia o respeito pela natureza, por modos de vida mais saudáveis e sustentáveis [\[mais informação\]](#).



Biscarrosse é um território na costa sudoeste francesa, geminado com Pombal desde 1984. Biscarrosse aposta na promoção turística do seu território através da marca “[Bisca Grands Lacs](#)” que associa (1) a oferta de experiências turísticas ligadas à cultura e tradição, aos desportos e atividades na natureza, à gastronomia e ao património histórico e cultural, e (2) às suas praias atlânticas em que são promovidas atividades ligadas ao *surf*, ao *kitesurf* e a outras modalidades relacionadas com o oceano, acessíveis e adaptadas a vários públicos, incluindo famílias e crianças. Na plataforma de promoção turística “Bisca Grands Lacs” é possível obter informação sobre atividades, reservar experiências e conhecer a oferta de alojamento, restauração e outros serviços de apoio à atividade turística e a uma visita do território de forma integrada [\[mais informação\]](#).



TURISMO RELIGIOSO

Louriçal e Caminhos de Fátima



5.1.5 Turismo religioso: Louriçal e Caminhos de Fátima

Objetivos

- Qualificar e valorizar o turismo religioso, contribuindo para o incremento da atratividade e visitação turística de Pombal.
- Incorporar fatores distintivos na oferta com vista   cria o de um produto turístico inovador, diferenciador e autêntico que responda   evolu o das tendências do setor e às exigências/motiva es por parte dos visitantes/turistas.

Descri o

Ao nível do turismo religioso importa destacar o facto de a sua capacidade de atra o turística depender das liga es e sinergias concretizadas com o maior polo turístico religioso do país – o santuário de Fátima.

No âmbito das tendências turísticas internacionais, o turismo religioso relaciona-se com a afirma o de formas de turismo apontadas a nichos de mercado, entre os quais a temática ligada   fé,   religião e ao espiritual assume particular importância. No desenvolvimento deste produto turístico, Pombal deve apostar em duas dimensões que, embora distintas, se encontram interligadas, nomeadamente:

- **Na tradi o religiosa secular da vila de Louriçal**, que tem em todo o património edificado centrado no Convento do Louriçal (classificado como Monumento Nacional), no processo de beatifica o de Madre Maria do Lado e na tradi o religiosa que atrai anualmente milhares de fi s   vila, o seu epicentro e o ponto de maior destaque a nível religioso no concelho de Pombal, embora sem descurar o restante património arquitet nico de cariz religioso e o culto e tradi es a ele associadas disseminado um pouco por todo o território.
- **Na rela o de complementaridade com Fátima**, derivada da proximidade geográfica existente, sendo o território concelhio atravessado pelos Caminhos de Fátima, nomeadamente pelo Caminho do Centenário, sendo igualmente ponto de passagem e de apoio para milhares de peregrinos provenientes do litoral norte, ao longo da EN109, com passagem muito próxima da vila de Louriçal. Pombal assume uma importância fundamental no apoio prestado aos peregrinos, resultando da  diversos investimentos na cria o de infraestruturas e de preserva o do património associado ao Caminho, e beneficia da proximidade a Fátima através da mais-valias que poderá recolher enquanto oferta complementar a nível de alojamento, restaura o e pontos de visita o turística.



Figura 63. Igreja do Convento do Louriçal; Convento do Louriçal; Peregrinos no Caminho de Fátima
 Fonte: Município de Pombal (página do município) e SPI, 2019

É essencial para a consolidação deste produto, o trabalho de associação a Fátima, com a integração do Convento do Louriçal em roteiros turísticos ligados ao Santuário e aos caminhos de Fátima. A nível interno, o turismo religioso deverá funcionar como um produto capaz de atrair visitantes ao concelho e de os canalizar para outras ofertas presentes no território.

Palavras chave: cultura e religião, fé, bem-estar espiritual.

Segmentos-alvo

1. Seniores | Grupos.

Motivações e tendências

- **Motivações**
 - Culturais (cultura e religião, conhecimento, costumes locais).
 - Fé e bem-estar espiritual.
- **Principais tendências associadas**
 - Afirmação de novas formas de turismo baseadas no ecoturismo, no turismo de natureza, saúde e bem-estar, no turismo acessível e em nichos de mercado, entre os quais o religioso.

Enquadramento estratégico

- **Turismo Cultural (Comissão Europeia):** a União Europeia reconhece a importância da cultura como parte da experiência turística europeia devido ao seu incomparável património cultural, nomeadamente museus, teatros, sítios arqueológicos, centros históricos, indústrias, música e gastronomia [[mais informação](#)].

- **Estratégia Turismo 2027:** a história, cultura e identidade, onde se inclui a religião, são identificados como ativos diferenciadores. Os ativos diferenciadores correspondem a atributos-âncora que constituem a base e a substância da oferta turística nacional, reunindo uma ou mais das seguintes características: (1) Endógenos – que refletem características intrínsecas e distintivas do destino/território, que possuem reconhecimento turístico internacional e/ou elevado potencial de desenvolvimento no futuro; (2) Não transacionáveis – que são parte de um destino/território concreto, não transferíveis para outro local e não imitáveis; (3) Geradores de fluxos – que estimulam a procura [[mais informação](#)].
- **Plano Regional de Desenvolvimento Turístico (2020-2030):** um dos pilares estratégicos para a Região Centro corresponde ao “Turismo Espiritual e Religioso”, com destaque para Fátima, o Caminho de Santiago, o património Judaico (rotas das judiarias) e outros lugares de culto, assim como os lugares que propiciam a paz interior e espiritual [[mais informação](#)].
- **Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial da Região de Leiria:** o turismo é identificado como uma área de especialização para a sub-região, com o objetivo de valorizar a diversidade concentrada e realizar o potencial turístico do território nas suas múltiplas facetas – turismo cultural e paisagístico, de bem-estar, de natureza e de negócios, no sentido do acréscimo no seu reconhecimento como um destino atrativo e de qualidade a nível nacional e internacional [[mais informação](#)].

Ações de consolidação

- Melhoria e manutenção dos itinerários que fazem parte dos Caminhos de Fátima e criação de infraestruturas de apoio aos peregrinos.
- Implementação de sinalética direcional e informativa sobre o Convento do Louriçal (suporte físico, *online* e *app* com informação ao visitante acionada quando está no concelho).
- Aumento da oferta turística no Convento do Louriçal, nomeadamente, através do aumento de espaços a visitar, assim como da possibilidade da criação de oferta de retiros em inclusão, tanto no Convento como em outros espaços a este associados, nomeadamente na vila do Louriçal.
- Integração do Convento do Louriçal e festas religiosas associadas em plataformas de divulgação e promoção do turismo religioso a nível nacional (Entidade Regional de Turismo Centro de Portugal, Caminhos de Fátima, etc.) e a nível internacional, nomeadamente www.visitportugal.com e www.pathsoffaith.com.
- Colaboração com agentes turísticos e com dioceses do país para integração de visita ao Convento do Louriçal nas visitas/peregrinações a Fátima, numa lógica de promoção integrada e de oferta complementar (Convento do Louriçal/Processo de beatificação da Madre Maria do Lado).
- Criação de um pacote temático focado no turismo religioso (visita ao património religioso com mais interesse), com experiências associadas (doçaria conventual, eventos).
- Sistematização, consolidação e dinamização de itinerários/roteiros entre os Santuários e Ermidas do Concelho.

Exemplo inspirador



Lourdes, no sudoeste de França, é um dos santuários cristãos mais visitados a nível global. Este é um destino turístico suportado na religião e na fé, embora não se esgote em si mesmo e estabeleça complementaridade com outros atrativos da região. Há uma forte componente de devoção que atrai milhares de peregrinos a Lourdes, a qual ganhou maior projeção após a beatificação pelo Vaticano, em 1933, de Bernadette Soubirous, em honra da qual foi construída a Cripta (1866), a Basílica da Imaculada Conceição (1876), a Basílica de Nossa Senhora do Rosário (1889) e a Basílica de São Pio X (1958), constituindo, no seu conjunto, o Santuário de Notre-Dame de Lourdes. Para além da relevância religiosa do local, que justifica em larga medida a sua atratividade, estabelece-se a ligação com o património natural e cultural enquadrado num idílico cenário montanhoso, através de sugestões de visita e de experiências relacionadas com o *touring* cultural, o turismo ativo e de natureza, a gastronomia e os produtos locais, numa lógica de complementaridade entre produtos turísticos adaptados a vários públicos que fazem de Lourdes um importante polo de atração turística de escala internacional, alicerçado na fé e na religião [\[mais informação\]](#).



TURISMO CIENTÍFICO

Espeleologia, geomorfologia, arqueologia e paleontologia



5.1.6 Turismo científico: espeleologia, geomorfologia, arqueologia e paleontologia

Objetivos

- Qualificar e valorizar o turismo científico, contribuindo para o incremento da atratividade e visitação turística de Pombal.
- Incorporar fatores distintivos na oferta com vista à criação de um produto turístico inovador, diferenciador e autêntico.

Descrição

Pombal possui um valioso património histórico e natural com particular interesse a nível científico e formativo, principalmente no que à arqueologia, espeleologia e geomorfologia diz respeito, mas também ao nível da biologia (fauna e flora) e da paleontologia.

Para além de importantes ativos numa ótica de visitação, as paisagens e ecossistemas existentes no concelho, podem ser valorizados como palcos de aprendizagem e investigação científica, perspetivando-se assim a afirmação de um produto capaz de atrair ao território investigadores e estudantes que permaneçam por temporadas de diferente duração no território, podendo fazê-lo de forma autónoma ou organizada e associada a eventos científicos promovidos em Portugal.

O turismo científico constitui um nicho de mercado elencado nas atuais tendências apontadas para a atividade turística a nível global, assumindo um elevado potencial de atração de visitantes estrangeiros ao território, no sentido de aí observar e estudar elementos distintivos em áreas de interesse específicas, em articulação com os restantes atrativos turísticos aí presentes e com o contacto com a gastronomia, a etnografia, a identidade e as tradições do local.

Nesse sentido, o vasto património geomorfológico existente no concelho, com especial incidência no Maciço Calcário de Sicó, abre espaço a atividades como a espeleologia e constitui a força motriz de um produto turístico em que a aposta se foca na atração de investigadores, grupos escolares e públicos especializados (fotógrafos científicos e jornalistas especializados, etc.), quer em ações de enriquecimento individual e promoção científica através da produção de elementos documentais, quer através da participação em eventos capazes de afirmar Pombal enquanto local de privilegiado interesse científico em áreas de nicho associadas ao conhecimento.

Palavras chave: ciência, conhecimento, natureza, enriquecimento individual.





Figura 64. Escavações arqueológicas em Pombal; Serra de Sicó e Canhão do Vale dos Poios

Fonte: REIS, Maria Pilar, - Relatório de Trabalhos, recuperação e limpeza do sítio arqueológico da telhada, 2016 e Município de Pombal (página do município), janeiro 2020

Segmentos-alvo

1. Individuais (investigadores e público especializado) | Grupos (escolares, investigação).
2. Famílias com crianças.

Motivações e tendências

- **Motivações**
 - Culturais (conhecimento).
 - Científicas e de investigação.
- **Principais tendências associadas**
 - Afirmação de novas formas de turismo baseadas no ecoturismo, no turismo de natureza, saúde e bem-estar, no turismo acessível e em nichos de mercado, nomeadamente educação e formação.

Enquadramento estratégico

- **Agenda para um Turismo Europeu Sustentável e Competitivo (Comissão Europeia):** pretende-se, através desta agenda, a adoção das medidas necessárias para reforçar o contributo das práticas sustentáveis e favorecer a competitividade da Europa como destino turístico mais atrativo do mundo [[mais informação](#)].
- **Turismo Cultural (Comissão Europeia):** A União Europeia reconhece a importância da cultura como parte da experiência turística europeia devido ao seu incomparável património cultural, nomeadamente museus, teatros, sítios arqueológicos, centros históricos, indústrias, música e gastronomia [[mais informação](#)].
- **Estratégia Turismo 2027:** a história, cultura e identidade e a natureza são identificados como ativos diferenciadores. Os ativos diferenciadores correspondem a atributos-âncora que constituem a base e a substância da oferta turística nacional, reunindo uma ou mais das seguintes características: (1) Endógenos – que refletem características intrínsecas e distintivas do destino/território, que possuem reconhecimento turístico internacional e/ou elevado potencial de desenvolvimento no futuro; (2) Não transacionáveis – que são parte de um destino/território concreto, não transferíveis para outro local e não imitáveis; (3) Geradores de fluxos – que estimulam a procura [[mais informação](#)].

- **Plano Regional de Desenvolvimento Turístico (2020-2030):** destaque para os pilares estratégicos da Região Centro referentes à “Cultura, História e Património”, onde se incluem as zonas de interesse arqueológico, geológico e paleontológico e à “Natureza” [[mais informação](#)].
- **Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial da Região de Leiria:** o turismo é identificado como uma área de especialização para a sub-região, com o objetivo de valorizar a diversidade concentrada e realizar o potencial turístico do território nas suas múltiplas facetas – turismo cultural e paisagístico, de bem-estar, de natureza e de negócios, no sentido do acréscimo no seu reconhecimento como um destino atrativo e de qualidade a nível nacional e internacional [[mais informação](#)].

Ações de consolidação

- Criação e promoção de infraestrutura de suporte a grupos de investigação aplicada, com espaços adequados a esta função (laboratórios, balneários, etc.) - ex. Explore Sicó, Sítio Arqueológico da Telhada.
- Atração de fotógrafos e jornalistas de investigação de espécies e ecossistemas existentes no concelho que possam divulgar estes ativos na comunidade científica e interessados nesta vertente de turismo.
- Atração de investigadores e grupos de investigação nacionais e internacionais em domínios científicos em que Pombal possa ser laboratório de aprendizagem e atração de eventos/programas científicos focados na investigação e aprofundamento do conhecimento sobre os ativos naturais existentes, com atração de personalidades mediáticas e *opinion leaders*.
- Criação de percursos de exploração e valorização do património, sob o ponto de vista científico e fotojornalístico, nos seguintes domínios: espeleologia; geomorfologia; arqueologia e paleontologia.
- Criação e dinamização de uma rota intermunicipal referente ao período do Jurássico, potenciando os achados paleontológicos e avaliação da associação a redes e projetos nacionais e internacionais neste domínio. Integração em redes internacionais relacionadas com o Turismo Científico ([International Scientific Tourism Network](#)) em parceria com entidades ligadas ao conhecimento e à investigação científica.

Exemplos inspiradores



Fundado em 1996 em Chamonix, nos alpes franceses, o Centro de Investigação em Ecossistemas Alpinos (CREA Mont-Blanc) é uma organização especializada no estudo dos ambientes naturais de montanha e apostada em aliar a investigação científica internacionalmente reconhecida com uma componente de educação, de experimentação e de participação aberta a todos. Como um dos objetivos desta organização destaca-se o contributo para a difusão do conceito de ciência participativa, ao encorajar o cidadão comum a compreender as temáticas científicas abordadas e a importância da difusão e proteção das mesmas. Nesse sentido, o CREA Mont-Blanc promove iniciativas abertas a investigadores, estudantes e à população em geral, desde eventos, exposições e experiências práticas no terreno, envolvendo toda a comunidade num processo ativo de contributo para o conhecimento científico. São abertas oportunidades para voluntários e viajantes que queiram participar em iniciativas promovidas pelo CREA, vivenciando e compreendendo a

1. ESTRUTURA TÉCNICA DE APOIO AO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

EIXOS ESTRATÉGICOS

EE1.	EE2.	EE3.	EE4.
Qualificação e consolidação dos produtos turísticos prioritários	Reforço da competitividade dos serviços de apoio à atividade turística	Intensificação de redes de cooperação orientadas para o desenvolvimento turístico	Reforço do reconhecimento e notoriedade do destino

DESCRIÇÃO

Assumindo o turismo como atividade económica e sociocultural estratégica para o desenvolvimento do concelho, a constituição de uma equipa técnica exclusivamente dedicada à sua estruturação e dinamização é crucial para o sucesso da presente estratégia. Neste sentido, esta equipa técnica deverá ser capaz de intervir em duas dimensões: uma essencialmente interna relativa à implementação do plano de ação e ao envolvimento dos parceiros-chave e outra de carácter externo com vista à promoção do destino e à captação de fluxos turísticos, reforçando a notoriedade nos produtos turísticos prioritários definidos.

Considerando as duas dimensões propostas sugere-se que a estrutura técnica de apoio ao desenvolvimento turístico de Pombal seja constituída por duas unidades a trabalhar de forma complementar e articulada, mas com responsabilidades distintas:

- **Unidade de ativação interna:** responsável pela implementação do Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal, mais especificamente nas atividades ligadas aos EE1 e EE2 e operacionalização das ações estruturantes 2 e 4, e pela monitorização, assim como pela mobilização de agentes do setor necessários à concretização das ações, sugerindo-se a criação da “plataforma municipal de turismo” de Pombal com estas entidades (reuniões regulares dos agentes que integram a plataforma para a construção dos produtos e monitorização de resultados).
- **Unidade de ativação externa:** responsável pela promoção turística, com atuação essencialmente focada na concretização dos EE3 e EE4 e ações estruturantes 3 e 4, intervindo de forma mais direta e imediata na promoção externa do destino e na captação de fluxos turísticos.

A eficiência da estratégia será também garantida através da cooperação com os agentes locais e supralocais que constituem a cadeia de valor do turismo e que desempenham um papel decisivo na qualificação e promoção da oferta turística no concelho de Pombal.

O investimento associado a esta ação estruturante é estimado com base na contratação/afetação de dois técnicos superiores e os custos de deslocação e outros correntes, necessários ao adequado funcionamento.

ENTIDADES ENVOLVIDAS

Promotor:

- Câmara Municipal de Pombal

Parceiros:

- Agentes locais e supralocais que integram a cadeia de valor do Turismo (canais de venda do destino; alojamento; restauração; animação/experiências turísticas)
- Serviços de proximidade e atividades complementares (associações)

CALENDARIZAÇÃO

2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030

Legenda: Arranque e implementação  Manutenção e avaliação 

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO

Inferior a 500.000€

500.000€ – 1.000.000€

Superior a 1.000.000€

Nota: A estimativa de investimento foi definida tendo por base os custos associados à contratação/afetação até 2030 de dois técnicos superiores (aproximadamente 450 mil euros) e os custos de deslocação e outros correntes associados às atividades a desenvolver pela unidade de ativação externa (promoção externa) (100 mil euros, com base numa estimativa de 10 mil euros anuais). Deste modo, a estimativa de investimento enquadra-se no intervalo 500.000€ – 1.000.000€.

INDICADORES

- Capacidade de alojamento nos estabelecimentos de alojamento turístico (N.º).
- Dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico (N.º).
- Estada média nos estabelecimentos de alojamento turístico (N.º).
- Taxa líquida de ocupação cama nos estabelecimentos de alojamento turístico (%).
- Proporção de hóspedes estrangeiros (%).
- Proveitos totais nos estabelecimentos de alojamento turístico (milhares €).
- Empresas ligadas ao setor do turismo (CAE I) (N.º).
- Volume de negócios das empresas ligadas ao setor do turismo (CAE I) (€).
- Pessoal ao serviço nas empresas ligadas ao setor do turismo (CAE I) (N.º).
- Classificação dos estabelecimentos de alojamento registados no Tripadvisor (entre 1 a 5).
- Classificação dos estabelecimentos de alojamento registados no Booking (entre 1 a 10).
- Classificação dos principais pontos de interesse do concelho registados no Tripadvisor (entre 1 a 5).
- Nível de satisfação global dos visitantes/turistas.

2. CONSOLIDAÇÃO DE PRODUTOS TURÍSTICOS PRIORITÁRIOS E QUALIFICAÇÃO DA OFERTA

EIXOS ESTRATÉGICOS

EE1. Qualificação e consolidação dos produtos turísticos prioritários	EE2. Reforço da competitividade dos serviços de apoio à atividade turística	EE3. Intensificação de redes de cooperação orientadas para o desenvolvimento turístico	EE4. Reforço do reconhecimento e notoriedade do destino
--	--	---	--

DESCRIÇÃO

Esta ação tem como objetivo consolidar a oferta turística de Pombal, quer na ótica da melhoria da qualidade do serviço, quer na ótica da valorização e adaptação da experiência turística às principais motivações por parte dos visitantes/turistas.

Neste sentido, na presente ação integram-se (1) a criação e consolidação dos seis produtos turísticos prioritários identificados, de acordo com as fichas de produto apresentadas no ponto 3.1. e (2) a concretização de atividades transversais com vista à consolidação e qualificação integrada da oferta turística concelhia:

- **Atividade 1. Programa de qualificação da oferta**

Este programa, destinado às empresas do setor turístico, tem como objetivo a criação e a requalificação dos empreendimentos turísticos e dos estabelecimentos de alojamento local com vista ao reforço da capacidade instalada no concelho e à melhoria e modernização de instalações. Para além do alojamento, integra-se ainda a criação e a requalificação dos estabelecimentos de restauração e de bebidas que revelem interesse para o turismo no concelho de Pombal assim como dos equipamentos e atividades de animação turística. A qualificação da oferta passa ainda por um trabalho de proximidade com agentes de animação turística do concelho, ou externos, que possam formatar e oferecer experiências turísticas associadas aos produtos turísticos prioritários, de acordo com os referenciais apresentados nas fichas de produto. Integram-se aqui as necessárias melhorias e adaptações que permitam um posicionamento adequado ao novo contexto pós COVID19, envolvendo inevitavelmente plano de contingência e de adaptação da oferta face a novos requisitos que venham a ser estabelecidos como essenciais pela OMS e DGS para o funcionamento do setor.

- **Atividade 2. Programa de qualificação dos recursos humanos**

Este programa, destinado a todos os agentes e profissionais que integram a cadeia de valor do turismo, tem como objetivo a melhoria das qualificações e competências destes recursos humanos, fator determinante para a promoção e valorização dos produtos/ experiências turísticas e para a inovação das empresas do setor. Deste modo, este programa inclui a realização de programas de formação e a organização de *workshops* temáticos para os agentes do setor em áreas como a inovação e capacidade de fidelizar clientes, qualidade do serviço (hotelaria e restauração, guias turísticos),

idiomas estrangeiros e culturas, *marketing* digital e tecnologias de informação e comunicação, resiliência e adequação dos serviços aos desafios pós COVID19.

Para a concretização deste programa, prevê-se o estabelecimento de parcerias com o Turismo de Portugal (e as suas escolas) e as instituições do Sistema Científico e Tecnológico (i.e. Instituto Politécnico de Leiria ou empresas de formação profissional especializadas).

- **Atividade 3. Programa “Turismo Digital”**

Este programa visa a instalação e reforço da cobertura do concelho por infraestruturas de comunicação, nomeadamente a cobertura com rede wi-fi nos principais pontos turísticos do concelho, sendo possível a disponibilização gratuita e simples do serviço de internet a todos os visitantes e turistas. Através da disponibilização deste serviço, será possível concretizar a aposta em ferramentas tecnológicas de recolha de dados e de apoio à visita, destacando-se a criação de rotas temáticas pré-definidas com informação turística associada a pontos de interesse e acessível através de *app* a criar destinada à promoção turística do concelho e o acesso a conteúdos de realidade aumentada através dos quais o visitante é acompanhado por um “cicerone” digital ao longo da sua visita a locais de interesse. Para além da importância da dimensão tecnológica na valorização da experiência *in loco*, atendendo às novas tendências registadas, integra-se também aqui o enriquecimento da oferta *online*, criando visitas virtuais, visões 360⁰ (sempre com uma dimensão sonora, tornando os conteúdos inclusivos) de pontos estratégicos, com atualizações regulares que captem a atenção e a curiosidade do público potencial.

- **Atividade 4. Programa “Turismo para todos”**

Este programa visa a adaptação física de espaços públicos, de recursos e de serviços de interesse turístico a pessoas com necessidades específicas, temporárias ou permanentes, de modo a garantir um acolhimento inclusivo a todos os turistas e o pleno usufruto das experiências propostas nas várias dimensões da oferta turística de Pombal.

A preocupação e a aposta estratégica com a acessibilidade no turismo permitirão responder a um crescente envelhecimento da população mundial, em particular dos mercados emissores mais relevantes para Portugal e para Pombal, e a um aumento considerável dos turistas seniores trazendo naturalmente a necessidade de preparar e comprometer os destinos turísticos para responder aos novos desafios. Estes desafios, alargados igualmente à população portadora de qualquer limitação física, cognitiva e/ou motora, prendem-se com qualidade e segurança que turistas, cada vez mais exigentes e cientes dos seus direitos, valorizam. Os destinos que valorizem a questão da acessibilidade e a resposta às necessidades do(s) elemento(s) mais vulnerável(eis), no caso de viagem em grupo ou família, serão mais facilmente reconhecidos e alvo de escolha. Torna-se, por isso, fundamental adaptar os espaços públicos e de fruição turística às necessidades da população, quer ao nível da acessibilidade física, quer da interpretação de conteúdos, e envolver toda a cadeia de valor ligada ao turismo, desde hotéis, restauração, operadores turísticos, operadores de transportes, entre outros,

na resposta e adaptação concertada da oferta a um público com necessidades crescentes e prementes.

▪ **Atividade 5. Reforço da sinalética e acessibilidades**

O pleno usufruto da experiência turística e a acessibilidade a pontos de visitação turística implica uma rede de acessibilidades qualificada e segura e sinalética que oriente e informe o turista de forma inequívoca. Nesse sentido, considera-se fundamental uma aposta no reforço das acessibilidades rodoviárias aos principais pontos de atração turística, com especial enfoque na cidade de Pombal, assim como o reforço e simplificação da sinalética que encaminhe o turista para esses pontos, sendo este um problema identificado de forma transversal a todo o território.

Esta atividade deverá igualmente incluir a articulação da rede de transportes públicos, apostando na complementaridade entre o transporte ferroviário, tirando partido da estação da Linha do Norte situada no centro da cidade de Pombal e na qual é essencial, desde logo, orientar e informar os turistas quanto aos locais a visitar e à forma como lá chegar, em articulação com o transporte público rodoviário, que deverá adaptar rotas que promovam a passagem em locais de interesse turístico e de apoio à atividade turística.

ENTIDADES ENVOLVIDAS

Promotor:

- Agentes locais e supralocais que integram a cadeia de valor do Turismo (canais de venda do destino; alojamento; restauração; animação/experiências turísticas)
- Câmara Municipal de Pombal

Parceiros:

- Instituições do Sistema Científico e Tecnológico
- Serviços de proximidade e atividades complementares (associações)

CALENDARIZAÇÃO

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Atividade 1											
Atividade 2											
Atividade 3											
Atividade 4											
Atividade 5											

Legenda: Arranque e implementação Manutenção e avaliação

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO

Inferior a 500.000€	500.000€ – 1.000.000€	Superior a 1.000.000€
---------------------	-----------------------	-----------------------

Nota: A definição do investimento desta ação está dependente do número de promotores e do número de projetos a desenvolver no âmbito das 5 atividades propostas até 2030. De uma forma geral, considerando as 5 atividades cuja implementação poderá ser efetuada por várias entidades, estima-se um valor de investimento superior a 1.000.000€.

INDICADORES

- Capacidade de alojamento nos estabelecimentos de alojamento turístico (N.º)
- Dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico (N.º)
- Estada média nos estabelecimentos de alojamento turístico (N.º)
- Taxa líquida de ocupação cama nos estabelecimentos de alojamento turístico (%)
- Proporção de hóspedes estrangeiros (%)
- Proveitos totais nos estabelecimentos de alojamento turístico (milhares €)
- Empresas ligadas ao setor do turismo (CAE I) (N.º)
- Volume de negócios das empresas ligadas ao setor do turismo (CAE I) (€)
- Pessoal ao serviço nas empresas ligadas ao setor do turismo (CAE I) (N.º)
- Classificação dos estabelecimentos de alojamento registados no Tripadvisor (entre 1 a 5)
- Classificação dos estabelecimentos de alojamento registados no Booking (entre 1 a 10)
- Classificação dos principais pontos de interesse do concelho registados no Tripadvisor (entre 1 a 5)
- Nível de satisfação global dos visitantes/turistas

3. COMUNICAÇÃO E PROMOÇÃO TURÍSTICA

EIXOS ESTRATÉGICOS

EE1.	EE2.	EE3.	EE4.
Qualificação e consolidação dos produtos turísticos prioritários	Reforço da competitividade dos serviços de apoio à atividade turística	Intensificação de redes de cooperação orientadas para o desenvolvimento turístico	Reforço do reconhecimento e notoriedade do destino

DESCRIÇÃO

Esta ação tem como objetivo contribuir para o reforço do reconhecimento e notoriedade de Pombal enquanto destino turístico, tanto a nível nacional como internacional. Para atingir este propósito, em alinhamento com o previsto no Plano de Marketing e Comunicação (capítulo 6), prevê-se o desenvolvimento das seguintes atividades ao nível da comunicação e promoção turística:

- **Atividade 1. Desenvolvimento e conceção gráfica da marca “Pombal”**

Considerando que a Marca “Pombal” acompanha a implementação do Plano, a primeira atividade corresponde ao seu desenvolvimento e conceção. De acordo com a estratégia de marca apresentada no Plano de Marketing e Comunicação, foram definidos os atributos gerais e específicos da marca assim como o seu posicionamento. Deste modo, esta atividade prevê o desenvolvimento e conceção gráfica da marca “Pombal” assim como o estabelecimento das regras básicas da sua utilização.

- **Atividade 2. Implementação das ações de comunicação previstas no Plano de Marketing e Comunicação**

Atendendo a que a comunicação constitui um elemento fundamental no processo de afirmação turística de Pombal, a marca “Pombal” deverá ser utilizada em todos os materiais promocionais e de comunicação desenvolvidos. Neste sentido, de acordo com o Plano de Marketing e Comunicação, prevê-se a implementação das seguintes ações:

- Desenvolvimento de materiais promocionais (brochuras, geral e específicas, por produto turístico em formato digital e filme promocional);
- Desenvolvimento de campanhas promocionais;
- Participação em feiras nacionais e internacionais e encontros com operadores;
- Organização de *Fam Trips* e *Press Trips*;
- Afetação de um responsável pelas relações públicas (integrado na Unidade de ativação externa, prevista na ação estruturante 1 – Estrutura técnica de apoio ao desenvolvimento turístico);
- Implementação de ações de publicidade;
- Desenvolvimento de ações de marketing digital: criação de website dedicado exclusivamente ao turismo e presença ativa nas redes sociais.

Atividade 3. Acompanhamento e monitorização do Plano de Marketing e Comunicação

Esta atividade prevê o acompanhamento, monitorização e avaliação das atividades planeadas e concluídas no âmbito do Plano de Marketing e Comunicação, ao longo de todo o período de implementação do Plano. Deste modo, o trabalho de monitorização será relevante para detetar possíveis falhas e lacunas e definir orientações para melhoria ou adaptação do plano a novos contextos.

ENTIDADES ENVOLVIDAS

Promotor:

- Câmara Municipal de Pombal
- Agentes locais e supralocais que integram a cadeia de valor do Turismo (canais de venda do destino; alojamento; restauração; animação/experiências turísticas)

Parceiros:

- Serviços de proximidade e atividades complementares (associações)

CALENDARIZAÇÃO

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Atividade 1											
Atividade 2											
Atividade 3											

Legenda: Arranque e implementação  Manutenção e avaliação 

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO

Inferior a 500.000€

500.000€ – 1.000.000€

Superior a 1.000.000€

Nota: A definição do investimento desta ação está dependente do número e características das ações a desenvolver no âmbito do plano de marketing e comunicação. De uma forma geral, estima-se um valor de investimento inferior a 500.000€ (inferior a 50.000€ por ano).

INDICADORES

- Capacidade de alojamento nos estabelecimentos de alojamento turístico (N.º)
- Dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico (N.º)
- Estada média nos estabelecimentos de alojamento turístico (N.º)
- Taxa líquida de ocupação cama nos estabelecimentos de alojamento turístico (%)
- Proporção de hóspedes estrangeiros (%)
- Proveitos totais nos estabelecimentos de alojamento turístico (milhares €)
- Empresas ligadas ao setor do turismo (CAE I) (N.º)
- Volume de negócios das empresas ligadas ao setor do turismo (CAE I) (€)
- Pessoal ao serviço nas empresas ligadas ao setor do turismo (CAE I) (N.º)

- Classificação dos estabelecimentos de alojamento registados no Tripadvisor (entre 1 a 5)
- Classificação dos estabelecimentos de alojamento registados no Booking (entre 1 a 10)
- Classificação dos principais pontos de interesse do concelho registados no Tripadvisor (entre 1 a 5)
- Nível de satisfação global dos visitantes/turistas

4. PROSPEÇÃO E INOVAÇÃO

EIXOS ESTRATÉGICOS

EE1. Qualificação e consolidação dos produtos turísticos prioritários	EE2. Reforço da competitividade dos serviços de apoio à atividade turística	EE3. Intensificação de redes de cooperação orientadas para o desenvolvimento turístico	EE4. Reforço do reconhecimento e notoriedade do destino
--	--	---	--

DESCRIÇÃO

Esta ação tem como objetivo contribuir para a diferenciação da oferta turística do concelho de Pombal através da incorporação de fatores distintivos e da sua permanente adaptação às tendências do setor e às necessidades por parte da procura, de modo a ser possível a manutenção da atratividade face a destinos concorrentes.

Para atingir este propósito, prevê-se o desenvolvimento das seguintes atividades ao nível da prospeção de oportunidades e tendências, a sua divulgação intensiva junto do tecido económico local do setor do turismo e a atração de investidores:

- **Atividade 1. Prospeção de oportunidades e tendências**

Esta atividade tem como objetivo a regular a prospeção de oportunidades e tendências de mercado, através da pesquisa, análise e disseminação de informação junto da “plataforma municipal de turismo”. A recolha estruturada e permanente de informação relativa a oportunidades, tendências de mercado e políticas de desenvolvimento no âmbito do turismo apoiará a monitorização da estratégia e plano de ação e a sua atualização, adaptação a mudanças de contexto, tornando Pombal num território mais competitivo em termos turísticos. Esta atividade possui duas dimensões:

- 1) Dimensão interna: construída com base em sistemas inteligentes de gestão de dados turísticos que permitirão ter o retrato o mais aproximado possível da procura turística existente e assim informar sobre tendências registadas.
- 2) Dimensão externa: construída com base na análise de informação estatística, de entidades setoriais do turismo e de territórios concorrentes.

- **Atividade 2. Programa de atração de investidores**

Este programa tem como objetivo atrair investimento para o concelho, através da divulgação de Pombal e do seu potencial turístico. Como forma de atrair investidores para o território, torna-se necessário criar medidas e incentivos que fomentem o interesse em investir no concelho de Pombal, nomeadamente:

- Definição de um conjunto de benefícios e incentivos (por exemplo, isenção total ou parcial de IMI e IMT, em particular relativamente às aquisições de prédios rústicos ou urbanos

incluídos em plano de investimentos e realizadas do decorrer do período de investimento, ou ainda a redução das taxas e preços municipais, que poderá variar de acordo com os postos de trabalho criados);

- Prospeção de potenciais investidores no setor turístico e, em particular, da área da hotelaria, promovendo reuniões com grupos económicos e potenciais investidores;
- Organização de visitas de empresários, tendo por base a definição de um roteiro personalizado.

As atividades propostas no âmbito deste projeto encontram-se interligadas entre si, sendo essencial existir um trabalho de prospeção e de acompanhamento das tendências do turismo assim como a partilha de dados e de informação entre todos os agentes do setor, com vista à captação de investimento para o território e reforço competitivo deste destino.

ENTIDADES ENVOLVIDAS

Promotor:

- Câmara Municipal de Pombal

Parceiros:

- Instituições do Sistema Científico e Tecnológico
- Agentes locais e supralocais que integram a cadeia de valor do Turismo (canais de venda do destino; alojamento; restauração; animação/experiências turísticas)
- Serviços de proximidade e atividades complementares (associações)

CALENDARIZAÇÃO

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Atividade 1											
Atividade 2											

Legenda: Arranque e implementação Manutenção e avaliação

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO

Inferior a 500.000€	500.000€ – 1.000.000€	Superior a 1.000.000€
---------------------	-----------------------	-----------------------

Nota: A definição do investimento desta ação está dependente do número e características das iniciativas a desenvolver no âmbito do programa de atração de investidores. De uma forma geral, estima-se um valor de investimento inferior a 500.000€ (inferior a 50.000€ por ano).

INDICADORES

- Capacidade de alojamento nos estabelecimentos de alojamento turístico (N.º)
- Dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico (N.º)
- Estada média nos estabelecimentos de alojamento turístico (N.º)

- Taxa líquida de ocupação cama nos estabelecimentos de alojamento turístico (%)
- Proporção de hóspedes estrangeiros (%)
- Proveitos totais nos estabelecimentos de alojamento turístico (milhares €)
- Empresas ligadas ao setor do turismo (CAE I) (N.º)
- Volume de negócios das empresas ligadas ao setor do turismo (CAE I) (€)
- Pessoal ao serviço nas empresas ligadas ao setor do turismo (CAE I) (N.º)
- Classificação dos estabelecimentos de alojamento registados no Tripadvisor (entre 1 a 5)
- Classificação dos estabelecimentos de alojamento registados no Booking (entre 1 a 10)
- Classificação dos principais pontos de interesse do concelho registados no Tripadvisor (entre 1 a 5)
- Nível de satisfação global dos visitantes/turistas

5.3 Síntese

5.3.1 Calendarização

Tendo por base a informação constante nas fichas individualizadas das ações estruturantes, sistematiza-se a sua calendarização na tabela seguinte.

Tabela 25. Calendarização das ações estruturantes do Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal

Ação estruturante/atividade	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
1. Estrutura técnica de apoio ao desenvolvimento turístico											
2. Consolidação de produtos turísticos prioritários e qualificação da oferta											
▪ Atividade 1. Programa de qualificação da oferta											
▪ Atividade 2. Programa de qualificação dos recursos humanos											
▪ Atividade 3. Programa “Turismo Digital”											
▪ Atividade 4. Programa “Turismo para todos”											
▪ Atividade 5. Reforço da sinalética e acessibilidades											
3. Comunicação e promoção turística											
▪ Atividade 1. Desenvolvimento e conceção gráfica da marca “Pombal”											
▪ Atividade 2. Implementação das ações de comunicação previstas no Plano de Marketing e Comunicação											
▪ Atividade 3. Acompanhamento e monitorização do Plano de Marketing e Comunicação											
4. Prospeção e inovação											
▪ Atividade 1. Prospeção de oportunidades e tendências											
▪ Atividade 2. Programa de atração de investidores											

Legenda: Arranque e implementação



Manutenção e avaliação



5.3.2 Enquadramento orçamental e fontes de financiamento

A Tabela 26 apresenta o enquadramento orçamental das ações estruturantes assim como potenciais fontes de financiamento a valorizar no âmbito da implementação do Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal.

De forma breve sistematizam-se as possíveis fontes de financiamento apresentadas na Tabela 26:

- **Turismo de Portugal: Programas e incentivos**
 - O Turismo de Portugal presta apoio técnico e financeiro às entidades públicas e privadas do setor do turismo e gere instrumentos de apoio financeiro ao investimento, incentivando as práticas de excelência. Apoiar investimentos de natureza empresarial e infraestrutural que visem uma estruturação adequada dos produtos turísticos estratégicos, a promoção de eventos, a requalificação de destinos, assim como a inovação, o empreendedorismo e o reforço da competitividade das empresas, tendo como prioridade a concretização da Estratégia para o Turismo 2027 [\[mais informação\]](#).
- **Quadro financeiro plurianual (2014-2020/2021-2027)**
 - Prioridade de investimento 6.3 “Conservação, proteção, promoção e desenvolvimento do património natural e cultural”.
No atual quadro financeiro (2014-2020), esta prioridade de investimento assume como objetivo a conservação e valorização do património cultural e natural, enquanto instrumentos de sustentabilidade dos territórios, designadamente através da sua valorização turística. Neste âmbito, incluem-se os apoios ao nível da valorização do património cultural e natural e da promoção turística [\[mais informação\]](#).
No próximo quadro financeiro (2021-2027), de acordo com a Declaração Conjunta sobre a posição preliminar de Portugal sobre o próximo Quadro Financeiro Plurianual da UE, também se encontra previsto o apoio ao nível da melhoria da atratividade das cidades e as zonas urbanas, promovendo a regeneração, requalificação e a reabilitação urbana (edificado e espaço público), incluindo o património cultural e natural, com particular realce para a aposta no turismo enquanto elemento agregador da estratégia de afirmação dos territórios [\[mais informação\]](#).
- **Programa EEA Grants**
 - Através do Acordo do Espaço Económico Europeu, a Islândia, o Liechtenstein e a Noruega, são parceiros no mercado interno com os Estados-Membros da União Europeia. Como forma de promover um contínuo e equilibrado reforço das relações económicas e comerciais, as partes do Acordo do Espaço Económico Europeu estabeleceram um Mecanismo Financeiro plurianual, o EEA Grants, através do qual a Islândia, o Liechtenstein e a Noruega apoiam financeiramente os Estados-Membros da União Europeia com maiores desvios da média europeia do PIB per capita, onde se inclui Portugal. O EEA Grants 2014-2021 apoia investimentos através de seis programas, com destaque para o Programa Cultura que visa o fortalecimento da cooperação

cultural em Portugal, designadamente projetos que promovam o desenvolvimento social e económico através da cooperação, do empreendedorismo e da gestão cultural [[mais informação](#)].

Tabela 26. Estimativa orçamental e fontes de financiamento das ações estruturantes do Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal

Ação estruturante/atividades	Promotor(es)	Estimativa de investimento	Fonte de financiamento
1. Estrutura técnica de apoio ao desenvolvimento turístico	Câmara Municipal de Pombal	500.00€ - 1.000.000€	Orçamento municipal
2. Consolidação de produtos turísticos prioritários e qualificação da oferta <ul style="list-style-type: none"> ▪ Atividade 1. Programa de qualificação da oferta ▪ Atividade 2. Programa de qualificação dos recursos humanos ▪ Atividade 3. Programa “Turismo Digital” ▪ Atividade 4. Programa “Turismo para todos” ▪ Atividade 5. Reforço da sinalética e acessibilidades 	Agentes locais e supralocais que integram a cadeia de valor do Turismo (canais de venda do destino; alojamento; restauração; animação/experiências turísticas) Câmara Municipal de Pombal	> 1.000.000€	Turismo de Portugal Quadro Financeiro Plurianual EEA Grants Orçamento municipal
3. Comunicação e promoção turística <ul style="list-style-type: none"> ▪ Atividade 1. Desenvolvimento e conceção gráfica da marca “Pombal” ▪ Atividade 2. Implementação das ações de comunicação previstas no Plano de Marketing e Comunicação ▪ Atividade 3. Acompanhamento e monitorização do Plano de Marketing e Comunicação 	Câmara Municipal de Pombal Agentes locais e supralocais que integram a cadeia de valor do Turismo (canais de venda do destino; alojamento; restauração; animação/experiências turísticas)	<500.000€	Turismo de Portugal Quadro Financeiro Plurianual EEA Grants Orçamento municipal
4. Prospeção e inovação <ul style="list-style-type: none"> ▪ Atividade 1. Prospeção de oportunidades e tendências ▪ Atividade 2. Programa de atração de investidores 	Câmara Municipal de Pombal	<500.000€	Orçamento municipal

6. PLANO DE MARKETING E DE COMUNICAÇÃO



6. PLANO DE MARKETING E COMUNICAÇÃO

O Plano de Marketing e Comunicação tem como principal propósito comunicar a proposta de valor associada à oferta turística de Pombal de uma forma integrada e com maior capacidade de promoção da sua notoriedade externa.

Deste modo, pretendendo reforçar o sentido de identidade territorial do concelho de Pombal, o Plano de Marketing e Comunicação define a estratégia a adotar ao nível do produto, mercados, segmentos e marca e identifica os principais canais de distribuição e instrumentos de comunicação⁵³.



Figura 67. Estrutura do Plano de Marketing e Comunicação

6.1 Estratégia de produto

De acordo com o posicionamento descrito no ponto 4.1, a estruturação da oferta através de produtos turísticos é essencial para o sucesso do destino, uma vez que a comercialização de um produto sem recursos de valor associados ou sem infraestruturas de apoio, não permite o desenvolvimento turístico. Deste modo, foram definidos seis produtos turísticos prioritários para o concelho de Pombal.

Neste sentido, a estratégia de produto preconiza a estruturação e organização da sua oferta, tendo como foco os produtos turísticos prioritários do concelho de Pombal assim como o seu nível de maturidade e de consolidação interna, i.e, o trabalho já desenvolvido a nível local e que deve ser capitalizado e qualificado (Tabela 27).

⁵³ O Plano de Marketing e Comunicação proposto segue a estrutura definida pela Turismo Centro de Portugal: [Plano de Marketing 2020-2030](#).

Tabela 27. Estratégia de produto: produtos turísticos prioritários

Produto turístico prioritário	Principais atrativos associados	Nível de desenvolvimento interno
<p>História e património: castelo e núcleos tradicionais</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Castelo de Pombal ▪ Núcleos históricos e tradicionais ▪ Museus ▪ Património imaterial (Marquês de Pombal, Romanização, Templários e Invasões Francesas, lendas) ▪ Eventos culturais ▪ Rotas e percursos pedestres 	<p style="text-align: center;">■ ■ ■ □</p> <p>O concelho de Pombal possui um vasto património histórico e cultural (material e imaterial), destacando-se o castelo de Pombal como o monumento mais visitado do concelho e palco de eventos e iniciativas de cariz cultural.</p> <p>Tendo em vista a plena consolidação do produto turístico “História e património: castelo e núcleos tradicionais” são apresentadas no ponto 5.1.1. as ações para esse efeito.</p>
<p>Turismo desportivo e de competição: provas e estágios</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Maciço Calcário de Sicó ▪ Mata Nacional do Urso ▪ Pista coberta ▪ Eventos desportivos 	<p style="text-align: center;">■ ■ □ □</p> <p>O concelho de Pombal tem vindo a assumir uma importância crescente no contexto da organização de eventos desportivos de cariz oficial, sendo palco de provas e campeonatos do circuito regional, nacional e mesmo internacional de diversas modalidades.</p> <p>Tendo em vista a progressiva consolidação do produto turístico “Turismo desportivo e de competição” são apresentadas no ponto 5.1.2. as ações para esse efeito.</p>
<p>Turismo ativo e de natureza: experiências <i>soft</i> e <i>hard</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Maciço Calcário de Sicó ▪ Mata Nacional do Urso ▪ Rotas e percursos pedestres 	<p style="text-align: center;">■ ■ ■ □</p> <p>O concelho de Pombal tem vindo a ser progressivamente reconhecido como um destino ideal para a prática de atividades de turismo ativo e de natureza, alicerçadas no seu extenso e valioso património natural.</p> <p>Tendo em vista a plena consolidação do produto turístico “Turismo ativo e de natureza: experiências <i>soft</i> e <i>hard</i>” são apresentadas no ponto 5.1.3. as ações para esse efeito.</p>
<p>Turismo de mar: naturismo e sustentabilidade</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Praias e Orla Costeira 	<p style="text-align: center;">■ ■ □ □</p> <p>Para além da riqueza e biodiversidade do património natural associado à orla costeira, a Praia do Osso da Baleia assume especial importância num contexto de atratividade turística no concelho de Pombal.</p> <p>Tendo em vista a plena consolidação do produto turístico “Turismo de mar: naturismo e sustentabilidade” são apresentadas no ponto 5.1.4. as ações para esse efeito.</p>
<p>Turismo religioso: Lourçal e</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Convento do Lourçal ▪ Caminhos de Fátima 	<p style="text-align: center;">■ ■ □ □</p>

<p>Caminhos de Fátima</p>	<ul style="list-style-type: none"> Eventos religiosos 	<p>No âmbito do turismo religioso destaca-se a tradição religiosa secular da vila do Louriçal, com capacidade de atrair um número significativo de visitantes ao longo do ano assim como a relação de complementaridade com Fátima, através da rota dos Caminhos de Fátima.</p> <p>Tendo em vista a plena consolidação do produto turístico “Turismo religioso: Louriçal e Caminhos de Fátima” são apresentadas no ponto 5.1.5. as ações para esse efeito.</p>
<p>Turismo científico: espeleologia, geomorfologia, arqueologia e paleontologia</p>	<ul style="list-style-type: none"> Património espeleológico, geomorfológico e arqueológico 	<p></p> <p>Pombal possui um valioso património histórico e natural com particular interesse a nível científico e formativo, principalmente ao nível arqueológico, espeleológico e geomorfológico.</p> <p>Tendo em vista a consolidação do produto turístico “Turismo científico: espeleologia, geomorfologia, arqueologia e paleontologia” são apresentadas no ponto 5.1.6. as ações para esse efeito.</p>

6.2 Estratégia de mercados

A seleção de mercados corresponde a uma fase prévia de segmentação, permitindo conferir prioridades relativamente à promoção nos mercados emissores. Essa priorização decorre da análise efetuada dos fluxos de turistas no concelho, mas também das conclusões do [Plano de Marketing Regional](#) no que à estratégia de mercados diz respeito. A necessidade de integração do presente plano na estratégia regional resulta da necessidade de enquadramento em orientações de nível superior, no sentido de garantir sinergias e evitar movimentos contraditórios.

De acordo com o Plano de Marketing Regional 2020-2030, são identificados três mercados de potencial alcance, tendo em consideração o PIB *per capita* de cada país emissor:

- **França**, com um PIB *per capita* de \$44,1k e um peso de cerca de 16% nos passageiros nos aeroportos de Lisboa e Porto, poderá melhorar a sua representatividade ao nível de dormidas no Centro (~6%);
- **Alemanha e Reino Unido**, com PIB *per capita* de \$44,3k e \$50k, respetivamente e com um peso no número de passageiros nos aeroportos de Lisboa e Porto na ordem dos 10%, são mercados de potencial alcance na medida em que as dormidas do mercado alemão representam cerca de 3% e do mercado britânico 2%, existindo margem para investir nestes mercados no médio longo prazo.

Por outro lado, os mercados norte-americano e brasileiro apresentaram um crescimento notório ao nível do número de passageiros nos aeroportos de Lisboa e Porto em 2017, sendo relevante a sua consideração como mercados em crescimento:

- **EUA**, com um PIB *per capita* de \$59,8k foi, da amostra analisada, o país que registou o maior crescimento do número de passageiros nos aeroportos de Lisboa e Porto entre 2016-2017 (+42%). Adicionalmente, importa destacar a pouca representatividade que o mercado norte-americano tem na Região Centro sendo, desta forma, crítico aproveitar a *boom* que se tem revelado ao nível do número de passageiros americanos em Portugal para potenciar a procura nesta Região;
- **Brasil**, o qual, apesar de evidenciar o PIB *per capita* mais baixo dos países analisados, apresentou uma evolução igualmente notória do número de passageiros no período 2016-2017 (+26%).

Importa ainda referir que o mercado nacional representava 52% do total das dormidas, indicando o mercado interno e de proximidade como o principal mercado emissor de turistas para a Região Centro. Por último, a próxima tabela apresenta a percentagem de dormidas registadas na Região Centro, em 2017, por mercado emissor.

Tabela 28. Dormidas na Região Centro (%) por mercado emissor, em 2017 (Top 10)

Mercado emissor	% dormidas
Espanha	10,9%
França	6,3%
Itália	3,7%
Brasil	3,5%
Alemanha	3,1%
Polónia	2,7%
EUA	2,4%
Reino Unido	2,0%
Países Baixos	1,4%
Bélgica	1,0%

Fonte: Turismo Centro de Portugal, Plano de Marketing 2020-2030

Ao nível do concelho de Pombal, conforme a análise efetuada à atividade turística (ponto 3.3.), o mercado nacional representava 78% do total das dormidas em 2018. Ao nível do mercado externo, verificou-se um claro predomínio de França e Espanha como os principais mercados emissores.

Tabela 29. Dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico no concelho de Pombal, por nacionalidade, em 2018 (Top 10)

País de origem	Dormidas	
	v.a.	% (*)
França	3.898	8,7
Espanha	2.021	4,5
Brasil	571	1,3

Bélgica	524	1,2
Alemanha	492	1,1
Itália	434	1,0
Reino Unido	318	0,7
Suíça	285	0,6
Holanda	231	0,5
Canadá	229	0,5

(*) % relativa ao total de dormidas

Fonte: INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos, 2019

Tendo em conta os 10 países que registaram o maior volume de dormidas no concelho de Pombal em 2018, a Tabela 29 apresenta os principais dados turísticos de caracterização destes mercados, com especial destaque para os gastos turísticos.

Tabela 30. Dados turísticos de caracterização dos mercados

País de origem	Ano de referência	Viagens de <i>Outbound</i> (milhões)	Principal destino	Posição de Portugal	Gastos turísticos
França	2019	55,2	Espanha	4ª	48.261 milhões €
Espanha	2019	31,8	França	2ª	26.913 milhões €
Brasil	2019	11,8	França	4ª	19.647 milhões US\$
Bélgica	2019	27,5	França	10ª	19.984 milhões €
Alemanha	2019	113,8	Áustria	17ª	91.232 milhões €
Itália	2019	33,5	França	19ª	26.214 milhões €
Reino Unido	2019	90,5	Espanha	7ª	72.623 milhões £
Suíça	2018	23,9	França	14ª	24.552 milhões US\$
Holanda	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.
Canadá	2018	37,8	França	7ª	49.833 milhões CAD

Fonte: <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-PT/Paginas/HomePage.aspx>, abril 2020

Face a este contexto, na seleção dos mercados emissores de importância estratégica para o concelho de Pombal haverá uma diferenciação entre mercados prioritários (prioridade de primeiro nível) e mercados a consolidar (prioridade de segundo nível).



Figura 68. Mercados estratégicos para o concelho de Pombal

Deste modo, consideram-se como **emissores estratégicos prioritários o mercado nacional, o mercado francês e o mercado espanhol**, de acordo com a sua relevância em termos do número de dormidas registadas neste concelho. Num segundo nível de priorização, consideram-se os mercados alemão, britânico e canadense, tendo em conta os valores relativos aos gastos turísticos e o Brasil por ser considerado um mercado em crescimento para a Região Centro.

Por último, importa salientar o alinhamento com a estratégia regional no que diz respeito a alguns dos mercados, nomeadamente França, Alemanha e Reino Unido, identificados como de potencial alcance para a Região.

6.3 Estratégia de segmentos

A segmentação consiste na repartição de grupos de consumidores com características homogéneas que reagem de forma tendencialmente análoga a um estímulo de marketing. A tabela seguinte apresenta os segmentos-alvo (públicos) e identifica os atributos do território que se constituem como fatores de atratividade para o segmento em questão. Ressalva-se que, por uma questão de alinhamento e valorização potencial de esforços conjuntos, os segmentos correspondem aos considerados no Plano Regional de Desenvolvimento Turístico do Centro 2020-2030.

Tabela 31. Definição de segmentos-alvo

Segmento-alvo	Justificação
1. Individuais	<ul style="list-style-type: none"> Atletas com predisposição para a prática de modalidades como o <i>trail running</i>, BTT, escalada, parapente, corrida de orientação e atletismo no âmbito do segmento de <u>turismo desportivo</u> (competições/provas/estágios). Investigadores e público especializado com predisposição para atividades relacionadas com o <u>turismo científico</u>, numa lógica de exploração e aquisição de conhecimento científico em áreas como a espeleologia, geomorfologia, arqueologia e paleontologia. Segmento com predisposição para atividades de <u>turismo ativo e de natureza</u>: experiências <i>soft</i> (pouco exigentes do ponto de vista físico e de usufruto e contemplação da natureza) e <i>hard</i> (mais radicais e exigentes do ponto de vista físico).
2. Casais	<ul style="list-style-type: none"> Segmento com predisposição para experiências ligadas ao <u>património cultural e à história</u>, destacando-se como elementos centrais o castelo, os núcleos tradicionais e o património imaterial relacionado com o Marquês de Pombal, a romanização, os templários e as invasões francesas, lendas. Segmento com predisposição para atividades de <u>turismo ativo e de natureza</u>: experiências <i>soft</i> (pouco exigentes do ponto de vista físico e de usufruto e contemplação da natureza) e <i>hard</i> (mais radicais e exigentes do ponto de vista físico). Segmento com predisposição para experiências ligadas ao mar e ao usufruto sustentável da zona costeira (<u>turismo de mar</u>).
3. Famílias com crianças	<ul style="list-style-type: none"> Segmento com predisposição para experiências ligadas ao <u>património cultural e à história</u>, destacando-se como elementos centrais o castelo, os núcleos tradicionais e o património imaterial relacionado com o Marquês de Pombal, a romanização, os templários e as invasões francesas, lendas. Segmento com predisposição para atividades de <u>turismo ativo e de natureza</u>: experiências <i>soft</i> (pouco exigentes do ponto de vista físico e de usufruto e contemplação da natureza). Segmento com predisposição para experiências ligadas ao mar e ao usufruto sustentável da zona costeira (<u>turismo de mar</u>). Segmento com predisposição para experiências relacionadas com o <u>turismo científico</u>, numa lógica de exploração e aquisição de conhecimento científico para os mais novos.
4. Grupos	<ul style="list-style-type: none"> Segmento com predisposição para experiências ligadas ao <u>património cultural e à história</u>, destacando-se como elementos centrais o castelo, os núcleos tradicionais e o património imaterial relacionado com o Marquês de Pombal, a romanização, os templários e as invasões francesas, lendas. Equipas com predisposição para a prática de modalidades como o <i>trail running</i>, BTT, escalada, parapente, corrida de orientação e atletismo no âmbito do segmento de <u>turismo desportivo</u> (competições/provas/estágios). Grupos escolares e de investigação com predisposição para atividades relacionadas com o <u>turismo científico</u>, numa lógica de exploração e aquisição de conhecimento científico em áreas como a espeleologia, geomorfologia, arqueologia e paleontologia. Segmento com predisposição para atividades de <u>turismo ativo e de natureza</u>: experiências <i>soft</i> (pouco exigentes do ponto de vista físico e de usufruto e contemplação da natureza) e <i>hard</i> (mais radicais e exigentes do ponto de vista físico). Segmento com predisposição para experiências ligadas ao mar e ao usufruto sustentável da zona costeira (<u>turismo de mar</u>). Segmento com predisposição para experiências de cariz <u>religioso</u> dada a proximidade a Fátima e à tradição religiosa secular da vila de Louriçal.
5. Corporate	<ul style="list-style-type: none"> Segmento com predisposição para experiências ligadas ao <u>património cultural e à história</u>, destacando-se como elementos centrais o castelo, os núcleos tradicionais e o património imaterial relacionado com o Marquês de Pombal, a romanização, os templários e as invasões francesas, lendas. Segmento com predisposição para atividades de <u>turismo ativo e de natureza</u>: experiências <i>soft</i> (pouco exigentes do ponto de vista físico e de usufruto e contemplação da natureza) e <i>hard</i> (mais radicais e exigentes do ponto de vista físico).
6. Jovens	<ul style="list-style-type: none"> Segmento com predisposição para atividades de <u>turismo ativo e de natureza</u>: experiências <i>soft</i> (pouco exigentes do ponto de vista físico e de usufruto e contemplação da natureza) e <i>hard</i> (mais radicais e exigentes do ponto de vista físico). Segmento com predisposição para experiências ligadas ao mar e ao usufruto sustentável da zona costeira (<u>turismo de mar</u>).

	<ul style="list-style-type: none"> Segmento com predisposição para experiências ligadas ao <u>património cultural e à história</u>, destacando-se como elementos centrais o castelo, os núcleos tradicionais e o património imaterial relacionado com o Marquês de Pombal, a romanização, os templários e as invasões francesas, lendas.
7. Seniores	<ul style="list-style-type: none"> Segmento com predisposição para experiências ligadas ao <u>património cultural e à história</u>, destacando-se como elementos centrais o castelo, os núcleos tradicionais e o património imaterial relacionado com o Marquês de Pombal, a romanização, os templários e as invasões francesas, lendas. Segmento com predisposição para atividades de <u>turismo ativo e de natureza</u>: experiências <i>soft</i> (pouco exigentes do ponto de vista físico e de usufruto e contemplação da natureza). Segmento com predisposição para experiências de cariz <u>religioso</u> dada a proximidade a Fátima e à tradição religiosa secular da vila de Lourçal.

Face a este enquadramento, são identificados na Tabela 32 os segmentos-alvo de acordo com o nível de atratividade e predisposição ao consumo dos produtos turísticos prioritários identificados para o concelho de Pombal.

Tabela 32. Matriz de relação entre os segmentos-alvo e os produtos turísticos prioritários de Pombal

		PRODUTOS TURÍSTICOS PRIORITÁRIOS 2020-2030					
		História e património: castelo e núcleos tradicionais	Turismo desportivo e de competição: provas e estágios	Turismo ativo e de natureza: experiências <i>soft e hard</i>	Turismo de mar: naturismo e sustentabilidade	Turismo religioso: Lourçal e Caminhos de Fátima	Turismo científico: espeleologia, geomorfologia, arqueologia e paleontologia
SEGMENTOS-ALVO	Individuais	○	●	◐	○	○	●
	Casais	●	○	◐	●	○	○
	Famílias com crianças	●	○	●	●	○	◐
	Grupos	●	●	●	◐	●	●
	Corporate	◐	○	◐	○	○	○
	Jovens	◐	○	●	◐	○	○
	Seniores	●	○	●	○	●	○

● Elevada

◐ Média

○ Reduzida

6.4 Estratégia de marca

Por forma a aumentar o reconhecimento e a notoriedade externa do concelho de Pombal, o Município pretende constituir e desenvolver uma marca forte e de valor, sendo relevante a definição da sua abordagem/posicionamento no horizonte temporal do plano de desenvolvimento turístico. De acordo com o Turismo de Portugal⁵⁴ *“uma boa marca turística é aquela que responde às exigências competitivas do mercado, afinada na estrutura de identidade do destino e enquadrada numa plataforma de projeção no futuro, ou seja, que esteja suficientemente enraizada para perdurar no tempo, pensada para colher frutos no presente e no futuro”*.

Deste modo, o concelho de Pombal apresenta um conjunto de características singulares e identitárias que encerram o potencial de atração de turistas e visitantes. É a partir deste conjunto que serão definidos os atributos de uma marca *“umbrella”* para o território, a Marca *“Pombal”*, a conceber aquando da implementação do Plano.

De acordo com a estratégia de desenvolvimento turístico definida, a proposta de valor do turismo em Pombal representa a diversidade e a singularidade dos elementos culturais e naturais com forte potencial de atratividade turística e a sua capacidade de diferenciação face aos destinos concorrenciais. Neste contexto, identificam-se como elementos da proposta de valor e identidade da marca *“Pombal”* os seguintes atributos gerais e específicos:

Tabela 33. Atributos gerais e específicos da marca *“Pombal”*

Atributos da marca <i>“Pombal”</i>	
Gerais	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Qualidade: a marca representa os recursos culturais e naturais de elevado interesse turístico e os produtos e serviços a eles associados, com a garantia de cumprimento de padrões de qualidade elevados. ▪ Autenticidade: a marca representa os recursos culturais e naturais identitários do concelho de Pombal. ▪ Sustentabilidade: a marca assenta na preservação e valorização sustentável dos recursos naturais e culturais do concelho de Pombal através da adoção de práticas que promovam a sustentabilidade da atividade turística sob o ponto de vista ambiental/territorial, social e económico.
Específicos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Herança: a marca representa o património cultural (material e imaterial) de elevado interesse turístico: o Castelo de Pombal, os núcleos históricos e tradicionais, os museus, o património imaterial (Marquês de Pombal, Romanização, Templários e Invasões Francesas, lendas) e os eventos culturais associados, contribuindo para a preservação da identidade histórica e cultural de Pombal. Este atributo encontra-se diretamente relacionado com o produto turístico <i>“História e património: castelo e núcleos tradicionais”</i>. ▪ Competição: a marca representa o potencial deste território para provas e competições <i>outdoor</i>, essencialmente baseado no património natural do concelho que importa valorizar como palco de afirmação do turismo desportivo em Pombal. Este atributo encontra-se diretamente relacionado com o produto <i>“Turismo desportivo e de competição: provas e estágios”</i>. ▪ Aventura: a marca representa o património natural associado ao Maciço Calcário de Sicó e à Mata Nacional do Urso e ao seu potencial para o desenvolvimento de experiências desportivas e de lazer na

⁵⁴ Turismo de Portugal, [Turismo 2020: cinco princípios para uma ambição](#).

	<p>natureza. Este atributo encontra-se diretamente relacionado com o produto “Turismo ativo e de natureza: experiências <i>soft</i> e <i>hard</i>”.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Equilíbrio: a marca representa a valorização do turismo de mar, essencial para o território concelhio, focada na sustentabilidade e nas características ambientais da zona costeira e em princípios de respeito e equilíbrio homem/natureza. Este atributo encontra-se diretamente relacionado com o produto “Turismo de mar: naturismo e sustentabilidade”. ▪ Fé: a marca representa o património religioso do concelho, com destaque para a tradição religiosa secular da vila de Louriçal (Convento do Louriçal e o processo de beatificação de Madre Maria do Lado) assim como a complementaridade a Fátima (Caminhos de Fátima). Este atributo encontra-se diretamente relacionado com o produto “Turismo religioso: Louriçal e Caminhos de Fátima”. ▪ Ciência: a marca representa o potencial deste território ao nível científico e formativo, principalmente no que à arqueologia, espeleologia, geomorfologia e paleontologia diz respeito. Neste âmbito, para além de importantes ativos numa ótica de visitaçã, as paisagens e ecossistemas existentes no concelho, podem ser valorizados como palcos de aprendizagem e investigação científica. Este atributo encontra-se diretamente relacionado com o produto “Turismo científico: espeleologia, geomorfologia, arqueologia e paleontologia”.
--	--

A materialização dos elementos de valor/atributos da marca “Pombal” vai ao encontro do posicionamento proposto:

Atributos gerais	QUALIDADE AUTENTICIDADE SUSTENTABILIDADE					
Atributos específicos	HERANÇA	COMPETIÇÃO	AVENTURA	EQUILÍBRIO	FÉ	CIÊNCIA
Produtos turísticos	História e património: castelo e núcleos tradicionais	Turismo desportivo e de competição: provas e estágios	Turismo ativo e de natureza: experiências <i>soft</i> e <i>hard</i>	Turismo de mar: naturismo e sustentabilidade	Turismo religioso: Louriçal e Caminhos de Fátima	Turismo científico: espeleologia, geomorfologia, arqueologia e paleontologia
Posicionamento	Experiências no património	Provas e estágios desportivos	Experiências <i>soft</i> e <i>hard</i> na natureza	Experiências sustentáveis na praia e no mar	Experiências de fé e espiritualidade	Experiências científicas <i>in loco</i>
	<p>MARCA "POMBAL" DESTINO DE EXPERIÊNCIAS HISTÓRIA E PATRIMÓNIO DESPORTO E COMPETIÇÃO AVENTURA E CONTEMPLAÇÃO MAR E SUSTENTABILIDADE FÉ E ESPIRITUALIDADE CIÊNCIA E INVESTIGAÇÃO</p>					

Figura 69. Posicionamento da marca

O posicionamento sustenta a apropriação de um território singular onde é possível experienciar e tirar partido dos elementos naturais e culturais presentes, garantindo a conservação e a salvaguarda dos recursos em questão. Por último, atendendo a que a comunicação constitui um elemento fundamental no processo de afirmação turística do concelho, **a marca “Pombal” deverá ser utilizada em todos os materiais promocionais e de comunicação.**

6.5 Distribuição e comunicação

De acordo com o exposto no ponto 3.3, a comunicação relativa ao potencial turístico concelhio é ainda deficitária, estando pouco orientada para o mercado e assente numa oferta pouco estruturada. Face a este contexto, atendendo a que a comunicação constitui um elemento fundamental no processo de afirmação turística do destino e de forma a materializar a estratégia definida para o produto, mercados, segmentos e marca, é necessário definir os principais canais de distribuição e instrumentos de comunicação a privilegiar no âmbito do presente plano, conforme de seguida se apresenta.

Distribuição

Neste âmbito são considerados os canais de distribuição tradicionais (agências de viagens e operadores turísticos) e *online* (plataformas de reserva online/ *Online Travel Agents*). À semelhança da estratégia de marketing regional, deverá seguir-se uma abordagem mista dos canais identificados, adequada às necessidades de venda dos produtos turísticos do concelho. No entanto, importa referir a crescente aposta nos canais de distribuição *online* uma vez que permite um maior alcance, de forma direcionada e num menor espaço de tempo.

Face a este enquadramento, a oferta turística do concelho de Pombal deverá estar disponível através de diferentes canais tradicionais e *online*, assim como através de canais especializados e associações/entidades específicas para os produtos que incluam nichos de mercado conforme apresentado na Tabela 35.

Tabela 34. Matriz de relação entre os canais de distribuição e os produtos turísticos prioritários de Pombal

		PRODUTOS TURÍSTICOS PRIORITÁRIOS 2020-2030					
		História e património: castelo e núcleos tradicionais	Turismo desportivo e de competição: provas e estágios	Turismo ativo e de natureza: experiências <i>soft e hard</i>	Turismo de mar: naturismo e sustentabilidade	Turismo religioso: Lourçal e Caminhos de Fátima	Turismo científico: espeleologia, geomorfologia, arqueologia e paleontologia
CANAL DE DISTRIBUIÇÃO	Canais tradicionais	●	●	●	●	●	●
	Canais <i>online</i>	●	●	●	●	●	●
	Canais especializados	●	●	●	●	●	●
	Associações culturais	●				●	
	Associações desportivas/recreativas/ONG		●	●	●		●
	Associações empresariais	●		●			
	Associações naturistas				●		
	Associações/instituições religiosas					●	
	Centros de investigação/universidades						●

A oferta turística do concelho de Pombal deverá ainda ter em conta as particularidades e o potencial de cada segmento apresentando-se, na Tabela 35, a relação entre os canais de distribuição propostos e os segmentos-alvo.

Tabela 35. Matriz de relação entre os canais de distribuição e os segmentos-alvo

		SEGMENTOS-ALVO						
		Individuais	Casais	Famílias com crianças	Grupos	Corporate	Jovens	Seniores
CANAL DE DISTRIBUIÇÃO	Canais tradicionais	●	●	●	●	●	●	●
	Canais <i>online</i>	●	●	●	●	●	●	
	Canais especializados	●	●	●	●	●	●	●
	Associações culturais	●	●	●	●		●	●
	Associações desportivas/recreativas/ONG	●	●	●	●		●	●
	Associações empresariais					●		
	Associações naturistas	●	●	●	●		●	●
	Associações/instituições religiosas				●			●
	Centros de investigação/universidades	●			●			

Deste modo, atendendo às especificidades dos produtos turísticos identificados, a política de distribuição deve assentar numa estratégia multicanal (canais tradicionais e *online* assim como associações/entidades específicas para os produtos que incluam nichos de mercado), devidamente direcionada para os respetivos segmentos-alvo.

Comunicação

A estratégia de comunicação proposta no âmbito do presente plano tem como objetivo a promoção e divulgação do concelho como destino turístico, nomeadamente dos seus produtos diferenciadores, junto dos principais operadores turísticos e diretamente ao consumidor final.

De acordo com a estratégia de marketing regional do Centro, os instrumentos de comunicação definidos encontram-se divididos nas categorias apresentadas na Tabela 36.

Tabela 36. Instrumentos de comunicação

<p>Materiais promocionais</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Disponibilização de brochuras genéricas e especializadas por produto turístico, privilegiando as brochuras eletrónicas. ▪ Divulgação de filmes promocionais e posicionamento de MUPIs em locais de grande afluência (estáticos, digitais ou interativos), nomeadamente nos territórios envolventes com maior projeção turística e com os quais importa criar complementaridades e sinergias (Coimbra, Leiria, Figueira da Foz) e em locais de chegada de fluxos externos – aeroportos, por exemplo. <p>Este instrumento de comunicação tem como principal objetivo passar as mensagens-chave associadas a cada produto turístico, resumindo num só local toda a informação relevante que o visitante teria de pesquisar em diferentes fontes/meios. Devem estar disponíveis em vários idiomas, nomeadamente os dominantes nos mercados alvo.</p>
<p>Marketing digital</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Website: disponibilização de informações que o potencial visitante irá pesquisar durante o processo de decisão de compra. ▪ Google: corresponde a uma ferramenta crítica de marketing digital dado ser uma das formas mais eficazes de conseguir redirecionar um utilizador para o website que se pretende. ▪ Redes sociais (<i>Instagram, Facebook, Youtube e Twitter</i>): a utilização das redes sociais permite conquistar a atenção dos consumidores e obter informações sobre as suas preferências e motivações. Destaca-se ainda a colaboração com <i>digital influencers</i> de modo a incentivar a visita ou a experiência dos produtos/serviços do território. <p>Este instrumento de comunicação tem como principal objetivo aumentar o alcance da informação e a notoriedade do destino, sendo por isso essencial que se foque no cliente (<i>user friendly</i>) e que seja disponibilizada em diversos idiomas.</p>
<p>Campanhas promocionais</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desenvolvimento de campanhas promocionais de duração limitada (ex: concursos com prémios, ofertas de descontos, sorteios, distribuição de amostras e brindes e sessões experienciais no destino). <p>Este instrumento de comunicação tem como principal objetivo incentivar novos consumidores a adquirir o produto ou experimentar o serviço e, simultaneamente, influenciar os consumidores que já consomem o produto/serviço. Neste instrumento é essencial o envolvimento dos agentes turísticos locais criando um contexto promocional assertivo.</p>
<p>Feiras e encontros com operadores</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Participação em feiras nacionais e internacionais. <p>Este instrumento de comunicação tem como principal objetivo aumentar a notoriedade do destino, reforçando as relações com os operadores turísticos que já operam no destino e angariando novos contactos. Neste contexto é essencial ser seletivo e apresentar produtos turísticos que possam ser adquiridos por operadores ou consumidores finais e não apenas a componente dos recursos patrimoniais e naturais existentes uma vez que só assim é possível trabalhar o aumento do rendimento através da estadia e aquisição de outros serviços.</p>

Fam Trips	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Visitas de familiarização do destino direcionadas aos operadores turísticos, tanto para os que já operam no destino como novos operadores, e principalmente para operadores especializados nos produtos turísticos do concelho. <p>Este instrumento de comunicação tem como principal objetivo promover e divulgar destinos turísticos através da visita e apresentação a operadores turísticos que vendem Portugal e que trabalham os mercados emissores identificados.</p>
Press Trips	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Visitas de familiarização do destino direcionadas a jornalistas/media com o intuito de realização de reportagens ou notícias. <p>Este instrumento de comunicação tem como principal objetivo promover e divulgar destinos turísticos através da visita e apresentação do destino a jornalistas/media, nomeadamente da imprensa especializada de turismo e de segmentos mais específicos como <i>lifestyle</i>, natureza, cultura, etc.. Para além da apresentação geral do destino e dos seus produtos é muito relevante que as <i>press trips</i> possam coincidir com eventos âncora dinamizados e associados aos diferentes produtos turísticos (eventos desportivos, culturais, etc.) possibilitando esta experiência aos jornalistas/media.</p>
Publicidade	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Publicidade do concelho de Pombal ou específica por produto turístico na rádio, na imprensa de âmbito nacional, na imprensa especializada, como em guias turísticos e revistas de viagens, e na Internet (AdWords, publicidade paga nas redes sociais) com ou sem recurso a <i>opinion makers</i>. <p>Este instrumento de comunicação tem como principal objetivo aumentar a notoriedade e o reconhecimento do destino. Em alguns casos deve estar associado às <i>press trips</i> noutros casos pode ser iniciativa da autarquia ou da autarquia e demais agentes do setor para promoção e captação de público. Para além da publicidade geral ao destino é muito relevante a publicidade aos eventos âncora dinamizados e associados aos diferentes produtos turísticos (eventos desportivos, culturais, etc.).</p>
Relações públicas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ A função de relações públicas deve focar-se por mercado ou grupo de mercados e garantir a presença em feiras abertas ao público ou específicas para operadores turísticos, o acompanhamento de <i>fam trips</i> e <i>press trips</i>, a realização de apresentações, <i>workshops</i> e ainda dar resposta a solicitações diretas via pontos de atendimentos físicos ou virtuais. <p>Este instrumento de comunicação tem como principal objetivo gerir o contacto entre o mercado, o destino e a partilha de informação, sendo neste caso essencial o papel da equipa técnica proposta.</p>

Fonte: Adaptado de Turismo Centro de Portugal, Plano de Marketing 2020-2030

A aplicação destes instrumentos de comunicação tem em vista:

- Aumentar a notoriedade e reconhecimento de Pombal enquanto destino turístico e dos seus produtos diferenciadores e autênticos.
- Captar novos visitantes/turistas através do estímulo ao interesse e desejo de visita.
- Disponibilizar toda a informação relevante ao visitante/turista.
- Promover e divulgar o destino através de mensagens-chave apelativas e inovadoras.

Por último, as mensagens-chave de comunicação para promover o concelho de Pombal, enquanto destino turístico, deverão incorporar os seus elementos diferenciadores de modo a atrair os segmentos-alvo com maior potencial e predisposição ao seu consumo. Deste modo, a promoção turística deverá incidir sobre o território como um todo e sobre as potencialidades associadas a cada produto turístico deste concelho.

DESTINO DE TRADIÇÃO E HISTÓRIA

- Marquês de Pombal
- Romanização
- Templários
- Invasões Francesas

DESTINO DE AVENTURA E DE COMPETIÇÃO

- *Trail running*
- BTT
- Escalada
- Parapente
- Corrida de orientação
- Atletismo

DESTINO DE BEM-ESTAR E EQUILÍBRIO

- Praias
- Natureza
- Sustentabilidade
- Contemplação da paisagem

DESTINO DE EXPERIÊNCIAS

- Experiências no património
- Provas e estágios desportivos
- Experiências *soft* e *hard* na natureza
- Experiências sustentáveis na praia e no mar
- Experiências de fé e espiritualidade
- Experiências científicas *in loco*

Figura 70. Elementos genéricos a incluir nas mensagens-chave de comunicação do destino

7. MODELO DE GOVERNAÇÃO E MECANISMOS DE ACOMPANHAMENTO E MONITORIZAÇÃO



7. MODELO DE GOVERNAÇÃO E MECANISMOS DE ACOMPANHAMENTO E MONITORIZAÇÃO

A implementação do Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal exige a adoção de um modelo de governação simples e flexível, sustentado nos seguintes níveis:

- **Coordenação:** a responsabilidade é assumida exclusivamente pelo Município, através do seu Executivo.
- **Operacionalização:** a responsabilidade é assumida através estrutura técnica de apoio ao desenvolvimento turístico que trabalhará em parceria com a Plataforma Municipal de Turismo, ou seja, com as entidades estratégicas do concelho e de outros níveis administrativos, com papel de relevo para a atividade turística em Pombal.

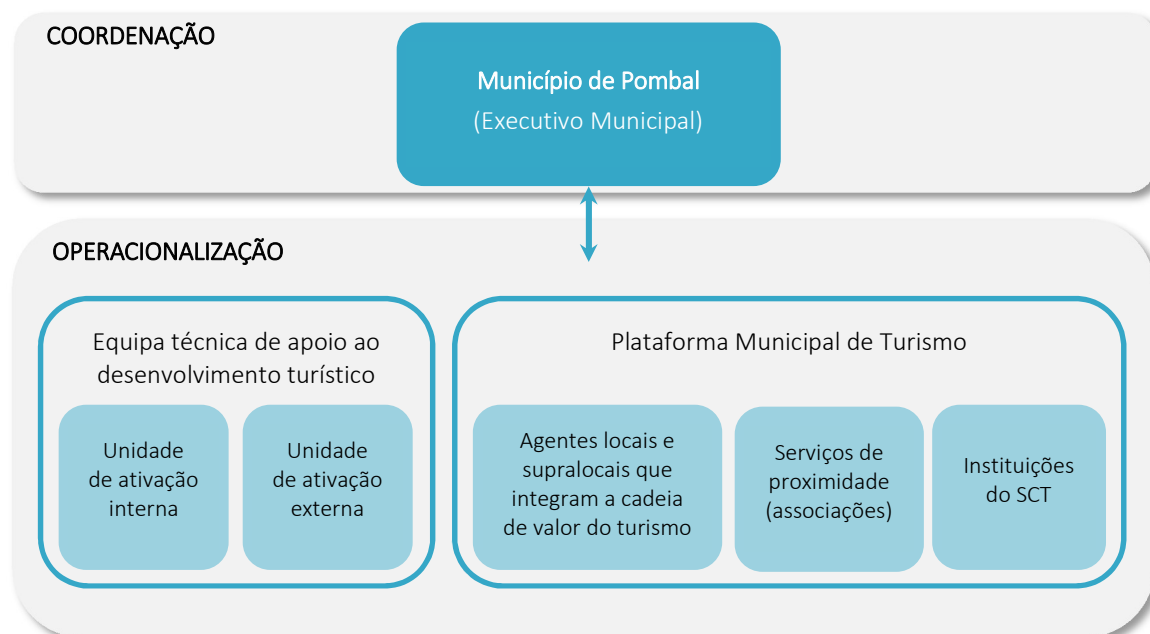


Figura 71. Modelo de governação do Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal

A estrutura de governação tem como objetivo primordial a implementação da estratégia de desenvolvimento turístico de Pombal e a operacionalização dos seus produtos turísticos e iniciativas transversais propostas para este território.

Os vários intervenientes que constituem o modelo de governação do Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal deverão manter um diálogo contínuo, perspetivando sempre a criação de sinergias que visem a melhoria da atratividade turística do concelho.

Deste modo, apresentam-se as responsabilidades associadas a cada uma das partes para uma eficiente e eficaz implementação do Plano:

Coordenação

- **Município de Pombal** (Executivo Municipal):
 - Coordenação e acompanhamento da implementação das ações estruturantes do Plano.
 - Articulação com as entidades cofinanciadoras e a plataforma municipal de turismo (equipa técnica de apoio ao desenvolvimento turístico e entidades estratégicas).
 - Avaliação da implementação do plano e da evolução da competitividade turística no concelho de Pombal.

Operacionalização

- **Equipa técnica de apoio ao desenvolvimento turístico** (constituída pela unidade de ativação interna e pela unidade de ativação externa):
 - Estruturação do desenvolvimento das ações e o seu alinhamento com as opções de execução deliberadas;
 - Mobilização dos agentes do setor do turismo necessários à implementação das ações;
 - Promoção de reuniões e momentos de trabalho colaborativo com a Plataforma Municipal de Turismo;
 - Desenvolvimento de atividades de promoção externa do concelho e captação de fluxos turísticos/mercados;
 - Acompanhamento e monitorização das atividades de marketing e comunicação desenvolvidas;
 - Prospecção regular de oportunidades e tendências de mercado e disseminação desta informação junto da Plataforma Municipal de Turismo;
 - Acompanhamento do grau de implementação das ações assim como dos resultados obtidos;
 - Monitorização anual da implementação do Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal.

- **Plataforma Municipal de Turismo** (fazem parte deste grupo os agentes locais e supralocais que integram a cadeia de valor do turismo, nomeadamente canais de venda do destino, alojamento, restauração, e animação/experiências turísticas; as instituições do Sistema Científico e Tecnológico e os serviços de proximidade e atividades complementares/associações):
 - Implementação das ações de consolidação da oferta turística de Pombal, através da melhoria da qualidade do serviço e da adaptação da experiência turística às principais motivações por parte dos visitantes/turistas;
 - Participação nas reuniões e momentos de trabalho colaborativo com a Equipa técnica de apoio ao desenvolvimento turístico;
 - Desenvolvimento de atividades de promoção externa do concelho e captação de fluxos turísticos/mercados;
 - Desenvolvimento de atividades de marketing e comunicação;

- Disponibilização de informação relativa ao grau de implementação das ações assim como dos resultados obtidos;
- Monitorização anual da implementação do Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal.

A implementação do Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal depende da capacidade de intervenção municipal e dos vários agentes com um papel ativo na cadeia de valor do turismo. Por este motivo, é fundamental o envolvimento dos mesmos na sua implementação, conforme proposto no presente modelo de governação, prevendo-se para tal os seguintes mecanismos de acompanhamento e monitorização:

Tabela 37. Mecanismos de acompanhamento e monitorização da implementação do Plano

Mecanismo	Periodicidade	Descrição
Reuniões de coordenação	Semestral	As reuniões de coordenação são reuniões de executivo que contam com a participação da equipa técnica de apoio ao desenvolvimento turístico e, sempre que necessário, com elementos da Plataforma Municipal de Turismo. As reuniões de coordenação têm como objetivo planear e garantir a execução das ações e avaliar metas de resultado alcançadas. Além de se verificar a execução das ações, pretende-se, nestas reuniões, discutir pontos críticos e encontrar respostas para eventuais necessidades de introdução de melhorias ou retificação da trajetória do Plano, com base no trabalho de prospeção e inovação efetuado no âmbito da ação estruturante 4.
Reuniões de operacionalização	Trimestral	Reuniões regulares da equipa técnica de apoio ao desenvolvimento turístico com a Plataforma Municipal de Turismo para a construção dos produtos turísticos e consolidação da oferta turística de Pombal, definição de responsabilidades no âmbito do marketing e comunicação e monitorização de resultados. As reuniões de operacionalização têm como objetivo coordenar atuações, verificar o andamento da implementação das ações do Plano e aferir pontos críticos e necessidades de retificações de trajetória a reportar ao executivo municipal.
Relatórios anuais de monitorização	Anual	Os relatórios anuais de monitorização são elaborados pela equipa técnica de apoio ao desenvolvimento turístico, nomeadamente pela unidade de ativação interna, responsável pela monitorização, devendo conter toda a informação relevante sobre o processo de implementação do Plano, evolução dos indicadores definidos (conforme apresentado no ponto 4.2.3) e os resultados obtidos.

8. FONTES DE INFORMAÇÃO CONSULTADAS



8. FONTES DE INFORMAÇÃO CONSULTADAS

8.1 Bibliografia

Câmara Municipal de Pombal (1996) - Plano Estratégico da Cidade de Pombal.

Câmara Municipal de Pombal (2014) - 1.ª Revisão do Plano Diretor Municipal de Pombal, Estudos de caracterização.

Câmara Municipal de Pombal (2014) - 1.ª Revisão do Plano Diretor Municipal de Pombal, Relatório do Plano.

Câmara Municipal de Pombal (2015) - PEDU - Plano Estratégico de Desenvolvimento Urbano da Cidade de Pombal.

Câmara Municipal de Pombal (2017) - Carta Desportiva.

Câmara Municipal de Pombal (2017-2019) - Grandes Opções de Plano.

Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro (2011) - Plano Regional de Ordenamento do Território do Centro (PROT-C).

Comissão Europeia (2007) - Agenda para um Turismo Europeu Sustentável e Competitivo.

Comissão Europeia (2014) - Uma estratégia europeia em prol do crescimento e do emprego no setor do turismo costeiro e marítimo.

Comunidade Intermunicipal da Região de Leiria (2014) - Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial da Região de Leiria 2014-2020.

Direção Regional de Florestas do Centro (2010) - Plano de Gestão Florestal - Mata Nacional do Urso e Mata Nacional do Pedrógão.

EUSÉBIO, J. (2007) - Pombal: 8 séculos de história.

Federação Europarc (2015) - Good for Parks, Good for People.

INE (2017) - Retrato Territorial de Portugal.

INE - Anuário Estatístico da Região Centro.

INE - Estimativas Anuais da População Residente.

INE - Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos.

INE - Inquérito aos museus.

INE - Recenseamento da População e Habitação – Censos 2001 e 2011.

INE - Sistema de contas integradas das empresas.

Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas - Programa Regional de Ordenamento Florestal Centro Litoral

Kotler, Philip (1994) - Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control.

Parlamento Europeu/Comité para os Transportes e Turismo (2019) - European Tourism: recent developments and future challenges.

Reis, Maria Pilar (2016) - Relatório de Trabalhos, recuperação e limpeza do sitio arqueológico da telhada.

Turismo Centro de Portugal (2019) - Plano de Marketing 2020-2030.

Turismo Centro de Portugal (2019) - Plano Regional de Desenvolvimento Turístico 2020-2030.

Turismo de Portugal - Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal (Turismo 2020).

Turismo de Portugal - Turismo 2020: cinco princípios para uma ambição.

Turismo de Portugal (2017) - Estratégia Turismo 2027.

Turismo de Portugal (2019) - Turismo em Portugal | 2018.

UNWTO (2011) - Tourism Towards 2030: Global Overview.

UNWTO (2019) - International Tourism Highlights.

UNWTO (2020) - Supporting jobs and economies through travel & tourism: a call for action to mitigate the socio-economic impact of COVID-19 and accelerate recovery.

8.2 Legislação

Aviso n.º 4945/2014, de 10 de abril: 1.ª revisão do Plano Diretor Municipal de Pombal.

Decreto-Lei n.º 16/2009, de 14 de janeiro: Aprova o regime jurídico dos planos de ordenamento, de gestão e de intervenção de âmbito florestal e revoga os Decretos-Leis n.os 204/99 e 205/99, ambos de 9 de Junho.

Portaria n.º 56/2019, de 1 de fevereiro: Aprova o Programa Regional de Ordenamento Florestal do Centro Litoral (PROF CL).

Resolução de Conselho de Ministros n.º 134/2017, de 27 de setembro: Aprova a Estratégia para o Turismo 2027.

8.3 Webgrafia

<http://www.aldeiahistoricasdeportugal.com/>

<http://www.artemrede.pt/>

<http://www.avilaturismo.com/en/>

<http://www.castelosemuralhasdomondego.pt/website/home>

<http://www.cm-nazare.pt/pt>

<http://www.cm-peniche.pt/peniche-capital-da-onda>

<http://www.diarioaveiro.pt/>

<http://www.festival7sois.eu/>

<http://www.fpn.pt/>

<http://www.lourdes-infotourisme.com/>

<http://www.parc-haut-jura.fr/>

<http://www.passadicosdopaiva.pt/>

<http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/>

<http://www.terrasdesico.pt/>

<http://www.turismodeportugal.pt/pt/Paginas/homepage.aspx>

<https://caminhosdefatima.com/a-associacao-acf/quem-somos>

<https://cm-lousa.pt/turismo/percursos-centro-btt/>

<https://creamontblanc.org/fr>

<https://descobrirportugal.pt/>

https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/eden_en

https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer_en

https://ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_main

<https://registos.turismodeportugal.pt/HomePage.aspx>

<https://sigtur.turismodeportugal.pt/>

<https://sustainabledevelopment.un.org/?menu=1300>

<https://tradicional.dgadr.gov.pt/pt/>

<https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/HomePage.aspx>

<https://turismo.cm-odemira.pt/pages/812>

<https://turismodocentro.pt/>

<https://wtcc.org/en-gb/COVID-19>

<https://www.biscagrandslacs.com/decouvrir>

<https://www.booking.com/index.pt-pt.html>

<https://www.centerofportugal.com/>

<https://www.cimregiaodeleiria.pt/>

<https://www.cm-pombal.pt/>

<https://www.eeagrants.gov.pt/pt/programas/>

<https://www.euoparc.org/sustainable-tourism/>

<https://www.facebook.com/castelopombaloficial/>

<https://www.facebook.com/municipiopombal>

<https://www.icnf.pt/>

<https://www.instagram.com/municipiodepombal/>

<https://www.ipma.pt/pt/index.html>

<https://www.pathsofffaith.com/en>

<https://www.pombaljornal.pt/>

<https://www.pombaltv.pt/>

<https://www.sistema4.pt/>

<https://www.tripadvisor.pt/>

<https://www.unwto.org/>

<https://www.unwto.org/tourism-covid-19>

<https://www.visitportugal.com/en>

9. ANEXOS



9. ANEXOS

9.1 Anexo 1. Visitas ao Castelo de Pombal, Museu Marquês de Pombal e Museu de Arte Popular Portuguesa, segundo a proveniência dos visitantes

Castelo de Pombal:

	2014			2015			2016			2017			2018		
	Estr.	Port.	Total	Estr.	Port.	Total	Estr.	Port.	Total	Estr.	Port.	Total	Estr.	Port.	Total
Jan	-	-	-	118	658	776	100	698	798	102	619	721	189	656	845
Fev	-	-	-	41	677	718	75	653	728	99	836	935	101	696	797
Mar	-	-	-	116	1.497	1.613	137	927	1.064	140	569	709	200	806	1.006
Abr	197	1.827	2.024	213	1.094	1.307	145	2.242	2.387	455	2.240	2.695	369	1.846	2.215
Mai	223	1.988	2.211	432	1.483	1.915	228	1.297	1.525	475	818	1.293	387	1.396	1.783
Jun	206	1.862	2.068	202	1.712	1.914	314	1.919	2.233	448	1.502	1.950	524	2.197	2.721
Jul	562	2.570	3.132	660	1.848	2.508	749	2.201	2.950	997	2.886	3.883	970	1.837	2.807
Ago	935	4.022	4.957	948	3.814	4.762	1.277	3.489	4.766	1.489	3.203	4.692	1.327	3.274	4.601
Set	308	1.190	1.498	271	1.319	1.590	445	1.499	1.944	501	1.342	1.843	531	1.446	1.977
Out	197	969	11.66	222	580	802	314	1.015	1.329	480	1.053	1.533	333	1.062	1.395
Nov	58	593	651	162	626	788	101	569	670	209	711	920	192	498	690
Dez	112	774	886	89	699	788	105	867	972	195	731	926	161	908	1.069
Total	2.798	15.795	18.593	3.474	16.007	19.481	3.990	17.376	21.366	5.590	16.510	22.100	5.284	16.622	21.906

Fonte: Município de Pombal, 2019

Museus:

Museu	Visitantes Museu de Arte Popular Portuguesa			Visitantes Museu Marquês de Pombal		
	Estrangeiros	Portugueses	Total	Estrangeiros	Portugueses	Total
2007	113	404	517	202	1.425	1.627
2008	219	1.802	2.021	309	2.771	3.080
2009	294	4.538	4.832	255	4.546	4.801
2010	389	2.859	3.248	441	2.632	3.073
2011	342	4.586	4.928	400	2.914	3.314
2012	396	3.058	3.454	353	2.433	2.786
2013	532	4.404	4.936	436	3.196	3.632
2014	705	5.846	6.551	479	4.159	4.638
2015	452	9.192	9.644	393	8.322	8.715
2016	819	8.630	9.449	521	5.050	5.571
2017	980	6.991	7.971	618	4.706	5.324
2018	813	7.413	8.226	498	6.003	6.501
Total	6.054	59.723	65.777	4.905	48.157	53.062

Fonte: Município de Pombal, 2019





Município de Pombal

Plano de Desenvolvimento Turístico

Relatório de Ponderação da Consulta Pública

Março 2021



Índice

1. INTRODUÇÃO	3
2. CONSULTA PÚBLICA	4
2.1. Período de Consulta Pública - Abertura, Divulgação e Formas de Participação 4	
2.2. Abertura e divulgação	4
2.3. Modo de participação.....	5
2.4. Documentos Disponibilizados.....	5
3. ANÁLISE E PONDERAÇÃO DAS PARTICIPAÇÕES	5
3.1. Critérios de Ponderação.....	6
3.2. Síntese das Participações e Respetivas Ponderações.....	6
3.3. Considerações finais	11



1. INTRODUÇÃO

Tendo por base os princípios e as linhas orientadoras dos principais documentos de referência no setor do turismo, o Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal, doravante designado por PDT constitui-se como um documento estratégico que visa potenciar o incremento da atratividade do concelho de Pombal enquanto destino turístico.

Deste modo, pretende-se que este documento, com um horizonte temporal de implementação de dez anos, se assuma como referência para todos os agentes locais e supralocais que integram a cadeia de valor do turismo, com vista à implementação e prossecução da estratégia definida.

O Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal constitui-se como um documento estratégico e orientador da atuação dos agentes públicos e privados do setor para incrementar a atratividade do concelho de Pombal enquanto destino turístico.

Este relatório pretende explicar as observações e sugestões formuladas durante o período de consulta pública, que contribuirão para eventuais alterações e consolidação da proposta final do PDT.

Posteriormente, o documento final será submetido para aprovação do Órgão Câmara Municipal.



2. CONSULTA PÚBLICA

2.1. Período de Consulta Pública - Abertura, Divulgação e Formas de Participação

Nos termos e para os efeitos ao abrigo do disposto nos artigos 12º e 121º do Código do Procedimento Administrativo, na sua atual redação, torna público que o órgão Câmara Municipal deliberou, por maioria, na sua reunião ordinária n.º 0003/CMP/21, realizada em 29 de janeiro de 2021, submeter a consulta pública, pelo período de trinta dias, a contar da data da publicação de correspondente aviso no "Pombal Jornal" - edição de 11 de Fevereiro de 2021.

2.2. Abertura e divulgação

A abertura do período de consulta pública seguiu os trâmites previstos nos artigos 12º e 121º do Código do Procedimento Administrativo, na sua atual redação.

- **Publicação**

Pombal Jornal" - edição de 11 de Fevereiro de 2021;

- **Publicitação**

a) Comunicação social: Jornal Local/ Regional;

- "Pombal Jornal", edição de 11 de fevereiro 2021;
- "Região de Leiria": <https://www.regiaodeleiria.pt/2021/02/desenvolvimento-turistico-de-pombal-esta-em-discussao-publica/> ;
- Publicação na edição online do jornal "Terras de Sicó" - <https://www.jornalterrasdesico.pt/2021/02/pombal-plano-de-desenvolvimento-turistico-aponta-municipio-como-destino-de-excelencia/> ;

b) Divulgação do aviso na página da internet da Câmara Municipal de Pombal - <https://www.cm-pombal.pt/2021/02/10/plano-de-desenvolvimento-turistico-consulta-publica/> ;

c) Redes Sociais do Município - <https://www.facebook.com/municipiopombal/posts/1493308457534758> ;



Município de Pombal

d) Afixação de Editais nos seguintes locais:

- Edifício dos Paços do Concelho;
- Sedes das Juntas de Freguesia.

2.3. Modo de participação

Durante o período de consulta pública (de 11 de fevereiro a 12 de março de 2021), os interessados puderam apresentar as suas sugestões e observações através de requerimento dirigido ao Presidente da Câmara, para a seguinte morada: Largo do Cardal, 3100-440 Pombal, ou para o endereço de correio eletrónico: geral@cm-pombal.pt.

O processo esteve disponível para consulta dos interessados, no portal do Município de Pombal, em www.cm-pombal.pt, e na Unidade de Turismo, durante a hora de expediente todos os dias úteis e mediante marcação prévia.

2.4. Documentos Disponibilizados

A proposta, disponibilizada para consulta dos interessados, é composta por elementos:

- Plano de Desenvolvimento Turístico;
- Apresentação do Plano de Desenvolvimento Turístico.

3. ANÁLISE E PONDERAÇÃO DAS PARTICIPAÇÕES

Na sequência do período de consulta pública PDT foram recebidas 5 participações, conforme disposto:

- CERCIPOM;
- Susana Lopes;
- Luís Couto Santos;
- Hércules de Pinho;
- Cidália Rodrigues;
- Inês Almeida.



Município de Pombal

Todas as participações foram alvo de análise e ponderação de forma a ser possível verificar o seu enquadramento no documento em análise.

Nota para a ausência do número de consultas presenciais à proposta na Unidade de Turismo.

3.1. Critérios de Ponderação

Tendo por finalidade a apreciação e ponderação equitativa das participações formuladas durante o período de Consulta Pública, estas foram organizadas pelas seguintes temáticas, a saber:

- A. Alinhamento/Enquadramento com os objetivos do PDT;
- B. Alinhamento/Enquadramento com a estratégia definida no PDT (Produtos Turísticos);
- C. Referência dos contributos no PDT;

3.2. Síntese das Participações e Respetivas Ponderações

No quadro seguinte apresenta-se uma síntese das ponderações efetuadas às participações formuladas no âmbito da Consulta Pública do Plano.

Quadro 1 - Participação pública						
N.	Data	Participante	Critério	Pretensão	Ponderação	Análise
1	22/02/2021	CERCIPOM	C	"... não nos pareceu que houvesse referência ao turismo acessível..."	Não aplicável.	O Turismo Acessível vem referido no documento, além de ser considerado como uma tendência global, uma estratégia de diferenciação, é também uma ação estruturante transversal aos vários Produtos Turísticos.
2	23/02/2021	Susana Lopes	A / B	"A minha sugestão (...) está relacionada com o atelier. (...) O nosso contributo seria mostrar todo o processo da pintura, vidragem e cozedura, e inclusive podíamos pensar num possível workshop."	Não aplicável.	O sugerido não é enquadrável no documento, uma vez que o mesmo elenca a estratégia a seguir e a orientação da atuação dos agentes públicos e privados do setor no incremento da atratividade do território enquanto destino turístico.



Município de Pombal

3	01/03/2021	Luís Couto Santos				
3.1			A / B	“... documento pouco claro em termos de priorização, diferenciação e posicionamento ...”	Não aplicável.	No documento encontram-se definidos 6 produtos turísticos prioritários, cujo objetivo é estabelecer o posicionamento estratégico do território através da diferenciação. Produtos Turísticos estes que se baseiam nos recursos naturais e culturais com elevado valor distintivo e de atração. Pretendem dar resposta às principais motivações do turista e tendências do setor. a estratégia do PDT está alinhada com a ET2027 e o Plano Regional de desenvolvimento Turístico – Turismo Centro de Portugal.
3.2			B	“Carece de métricas mensuráveis concretas ...”	Não aplicável.	No documento, no capítulo nº 4, em 4.2.3 encontram-se definidos os indicadores e metas de sucesso.
3.3			B	“... carece de real estratégia diferenciadora ...”	Não aplicável.	No documento, no capítulo nº 5, é definido o Plano de Ação: Produtos Turísticos Prioritários e Ações Transversais de forma a responder ao disposto no capítulo nº 4 onde é definido o Posicionamento e Estratégia de Desenvolvimento Turístico.
3.4			B	“Desalinhamento entre o plano proposto e as ações publicadas ...”	Não aplicável.	O documento, até à sua conclusão (Abril de 2020), foi elaborado tendo em consideração todos as “ações publicadas”.
3.5			A	“Não refere quais os investimentos e montantes previstos nas Grandes Opções do Plano ...”	Não aplicável.	Tratando-se de um documento estratégico com o objetivo de potenciar o incremento da atratividade do concelho de Pombal enquanto destino turístico, o mesmo não contempla planos financeiros.
3.6			B	“Assumir-se como o destino de organização de eventos profissionais a nível nacional pela localização geográfica estratégica entre Porto e Lisboa”	Aceite Parcialmente.	A identificação dos Produtos Turísticos Prioritários no documento não invalida nenhuma outra área de atuação/investimento no setor do turismo. Estes 6 Produtos Turísticos foram definidos tendo em conta os recursos e elementos diferenciadores existentes, as



Município de Pombal

						tendências atuais do setor e a procura de experiências por parte dos turistas alinhados com a Estratégia do Turismo Nacional 2027.
3.7			C	“Requalificação da Expo Centro, dotando-o de mais valias de qualidade a nível internacional”	Aceite parcialmente.	Classificado como Sala de espetáculos, Eventos e Exposições integrado nos Equipamentos e Serviços Turísticos (página 78).
3.8			A / B	“Promoção de uma unidade hoteleira de referência para segmento de eventos profissionais e de entretenimento no parque Industrial Manuel da Mota”	Não aplicável.	Não se considera que o documento deva ter como finalidade determinar a “promoção” de uma unidade hoteleira para um segmento específico.
3.9			A / B	“Candidatura e criação de eventos a nível nacional como forma de promoção da capacidade organizativa do Concelho”	Não aplicável.	Não se considera que o documento deva ter como finalidade determinar o proposto com o fim indicado.
3.10			A / B	“Aquando a realização dos pontos acima, apostar então na promoção da oferta geral no restante município”	Não aplicável.	A promoção do território do concelho de Pombal, englobando todos os seus pontos de interesse turístico, deverá ser uma estratégia concertada, com objetivos claros e global, ou seja, considerando todo o seu território.
4	02/03/2021	Hércules de Pinho	C	“Solicito a inclusão do CIMU SICÓ (...), no Plano de Desenvolvimento Turístico (PDT)”	Não aplicável.	Encontra-se mencionado no PDT na Caracterização do Contexto e dos Recursos Turísticos de Pombal, na categoria de equipamentos e serviços turísticos (página 79).
5	12/03/2021	Cidália Rodrigues	C	“... não relevância da Ermida de Nossa Senhora da Guia como Turismo Religioso.”	Não aplicável.	Encontra-se mencionado no PDT na Caracterização do Contexto e dos Recursos Turísticos de Pombal, na categoria de Património Natural (Património Classificado) (páginas 58, 60 e 150).
6	12/03/2021	Inês Almeida				
6.1			C	“Seria relevante fazer o exercício de contactar e proceder ao levantamento dos agentes de animação	Não aplicável	Na “Caracterização do Contexto e dos Recursos Turísticos de Pombal” (Capítulo 3), mais especificamente na apresentação do Contexto



Município de Pombal

				turística que estão realmente a criar fluxo turístico em Pombal”		Turístico referente aos Agentes de animação turística, na página 49 são elencados os agentes que estão registados em Pombal e feita a ressalva, na Nota 23 , de que apenas dois desses agentes operam efetivamente no território.
6.2			C	“... será relevante demarcar o mercado emigrante (...) dos mercados francês e nacional ...”	Não aplicável	O documento identifica, os mercados emissores de turistas ao nível estrangeiro, quer Europeu ou Global. Os produtos turísticos prioritários definidos no PDT vão ao encontro das tendências e documentos orientadores do setor, quer a nível regional, nacional ou global, portanto, encontram-se alinhados com as respostas que devem ser dadas aos mercados emissores externos.
6.3			C	“Eixo estratégico 2. Reforço da competitividade dos serviços de apoio à atividade turística: neste ponto, considero relevante adicionar um objetivo estratégico que valorize a ligação entre autarquia, tecido empresarial e instituições de ensino ...”	Não aplicável	O EE2 encontra-se orientado para a qualificação dos recursos humanos do setor do turismo como forma de incrementar a qualidade da resposta ao turista e às suas aspirações. Esta qualificação, tal como é referido no documento, deverá ser sempre realizada e promovida em articulação com as entidades próprias e acreditadas para o efeito. Por sua vez, o EE3, apresentado na página 113, surge orientado para a Intensificação de redes de cooperação focadas no desenvolvimento turístico, respondendo integralmente ao sugerido.
6.4			B	“A Mata Nacional do Urso e a Estrada Atlântica carecem de valorização turística que vá para além da manutenção de um equipamento turístico/de lazer (a ciclovia). (...) seria uma mais valia promover a Estrada Atlântica enquanto produto turístico: com uma rede de serviços (...) promovida de	Aceite parcialmente	A Mata Nacional do urso está definida no documento como um ativo turístico de elevada importância, definido como âncora. Integra as tipologias do património natural e paisagem (página 51) e ambos os produtos turísticos prioritários dedicados ao desporto, quer a versão de competição como de lazer. Atendendo ao descrito no documento, este ativo não está resumido apenas a uma via rodoviária e à ciclovia



Município de Pombal

				forma conjunta e organizada ...”		anexa, sem descurar estes dois produtos, a MNU representa todo um biótopo de mata, sistema dunar, lagunar e litoral marítimo com especificidades muito próprias e particulares próprias de um turismo experiencial, sustentável e consciente alinhado com o produto turístico prioritário Mar e Sustentabilidade.
6.5			B	“Embora o processo de elaboração do Plano tenha sido iniciado antes da atual pandemia, as vantagens que o destino Pombal apresenta em relação às novas tendências de viagens que a pandemia veio criar ou intensificar devem ser evidenciadas ...”	Não aplicável	Considera-se que a atual situação epidemiológica que se vive a um nível global veio acentuar a procura por tipos de turismo mais sustentáveis, mais conscientes, menos massificados e com maior contacto com as comunidades locais. Estas novas tendências, mesmo com a elaboração do PDT numa fase pré pandémica, já estavam explícitas nos produtos turísticos identificados.



Município de Pombal

3.3. Considerações finais

O presente relatório expõe todas as participações recebidas durante o período de consulta pública do Plano de desenvolvimento Turístico de Pombal.

Os contributos e/ou sugestões analisadas não se revêm nos objetivos e estratégia delineada no documento, uma vez que fazem, maioritariamente, referência a projetos, atividades e ações que consideraram estar em falta.

Por sua vez, pretendeu-se que o PDT se constituísse como um documento estratégico e orientador da atuação dos agentes públicos e privados do setor para incrementar a atratividade do concelho de Pombal enquanto destino turístico. Não se pretendendo listar de forma exaustiva os projetos, atividades e elementos do património existentes no território.

A implementação do PDT dependerá da adoção de um modelo de governança assente na coordenação e operacionalização.



Município de Pombal

Unidade de Turismo

INFORMAÇÃO

Assunto: Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal - Assembleia Municipal

Exmo. Senhor Presidente,

No seguimento do resultado do Processo de Consulta Pública, serve o presente para propor a Vossa Exa. que o Plano de Desenvolvimento Turístico de Pombal seja remetido à Assembleia Municipal a fim de o mesmo poder transitar para o estado de documento final aprovado, no seguimento do disposto na informação I-000142/UT18/20.

À consideração superior,

(António Neves)