

“Nomadismo Digital: O Caso de Estudo das Terras de Trás-os-Montes”

Ana Cláudia Seabra Garcez

Dissertação apresentada à Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo para obtenção do Grau de Mestre em Marketing Turístico.

Trabalho efetuado sob orientação do(a)

Professor Doutor Ricardo Alexandre Fontes Correia

Professora Doutora Aida Maria Oliveira Carvalho

Mirandela, maio 2022

“Nomadismo Digital: O Caso de Estudo das Terras de Trás-os-Montes”

Ana Cláudia Seabra Garcez

Dissertação apresentada à Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo para obtenção do Grau de Mestre em Marketing Turístico.

Trabalho efetuado sob orientação do(a)

Professor Doutor Ricardo Alexandre Fontes Correia

Professora Doutora Aida Maria Oliveira Carvalho

Mirandela, maio 2022

“Não sou da altura que me vêem, mas sim da altura que meus olhos podem ver.”

Fernando Pessoa

Resumo

O nomadismo digital é um novo segmento turístico, que tem vindo a ganhar visibilidade ao longo dos últimos anos, tendo-se alavancado particularmente durante a pandemia COVID-19. Esse público é caracterizado por profissionais que trabalham exclusivamente *online*, mantendo um estilo de vida independente, equilibrando trabalho e lazer. Por outras palavras, o nómada digital tende a celebrar um estilo de vida, que lhe permita viajar continuamente, executando a sua atividade profissional a partir de qualquer lugar do mundo, sendo atraído, maioritariamente, para locais que possam atender às suas necessidades diárias de trabalho. Contudo, este segmento turístico, acaba por se tornar mais exigente, na medida em que, valoriza espaços confortáveis, lugares tranquilos, onde possam beneficiar de longas estadias, internet rápida, preços justos, *cowork* gratuito e programações diárias.

Posto isto, a presente investigação pretende perceber se as Terras de Trás-os-Montes (uma pequena região do nordeste de Portugal) reúne as condições necessárias para se posicionar como um destino atrativo para os nómadas digitais. Para este efeito, o estudo realizado assentou numa abordagem de metodologia qualitativa, através da utilização de uma análise descritiva e entrevistas, aplicadas a um conjunto de intervenientes do destino.

Os resultados obtidos, demonstraram que embora as Terras de Trás-os-Montes, detenham recursos e potencial turístico capaz de ir ao encontro das necessidades do nómada digital, tais recursos estão ainda numa fase embrionária de potenciação, sendo, portanto, necessário que os diversos *players* que atuam no território, materializem um conjunto de ações, capazes de criar valor à oferta e dar resposta a este novo público.

Palavras-chave: Turismo; Nomadismo Digital; Destino Turístico; Terras de Trás-os-Montes

Abstract

Digital nomadism is a new tourist segment, which has been gaining visibility over the past few years, having particularly leveraged itself during the COVID-19 pandemic. This audience is characterised by professionals who work exclusively online, maintaining an independent lifestyle, balancing work and leisure. In other words, the digital nomad tends to celebrate a lifestyle, which allows him to travel continuously, performing his professional activity from anywhere in the world, being mostly attracted to places that can meet his daily work needs. However, this tourist segment becomes more demanding, as they value comfortable spaces, quiet places, where they can benefit from long stays, fast internet, fair prices, free coworking and daily schedules.

Therefore, this research aims to understand if the Trás-os-Montes Lands (a small region in the northeast of Portugal) meets the necessary conditions to position itself as an attractive destination for digital nomads. For this purpose, the study was based on a qualitative methodology approach, through the use of a descriptive analysis and interviews, applied to a set of stakeholders of the destination.

The results obtained showed that although the Trás-os-Montes Lands possess resources and tourism potential capable of meeting the needs of the digital nomad, such resources are still in an embryonic stage of development, and therefore it is necessary that the various players operating in the territory, materialize a set of actions, able to create value to the offer and respond to this new audience.

Keywords: Tourism; Digital Nomadism; Tourist Destination; Trás-os-Montes Lands

Agradecimentos

A realização da presente dissertação de mestrado contou com a colaboração de diversas pessoas, a quem expresso os mais sinceros agradecimentos, nomeadamente:

Aos meus orientadores, Professor Doutor Ricardo Alexandre Fontes Correia e Professora Doutora Aida Maria Oliveira Carvalho, pelo aconselhamento na investigação, apoio, motivação e constante disponibilidade ao longo desta jornada.

Aos meus amigos, por me reconfortarem nos momentos mais difíceis e me motivarem a continuar, especialmente, à minha amiga Manuela Cunha, por toda amizade e companheirismo ao longo de todo o percurso académico.

E por fim, agradeço aos meus pais, irmã e namorado, pela compreensão, pelo incentivo e ajuda ao longo de todo este tempo.

Obrigada a todos!

Lista de Abreviaturas

ANACOM	Autoridade Nacional de Comunicações
ATL	Atividades dos Tempos Livres
CIM	Comunidade Intermunicipal
CIM-TTM	Comunidade Intermunicipal das Terras de Trás-os-Montes
CM's	Câmaras Municipais
CMAF	Câmara Municipal de Alfandega da Fé
CMB	Câmara Municipal de Bragança
CMM	Câmara Municipal de Mirandela
CMM	Câmara Municipal de Mogadouro
CMMC	Câmara Municipal de Macedo de Cavaleiros
CMMD	Câmara Municipal de Miranda do Douro
CMV	Câmara Municipal de Vimioso
CMV	Câmara Municipal de Vinhais
DOP	Denominação de Origem Protegida
IGP	Indicação Geográfica Protegida
INE	Instituto Nacional de Estatísticas
NA	Não Apresenta
NUT's	Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos
PIB	Produto Interno Bruto
PME's	Pequenas e Médias Empresas
RNT	Registo Nacional de Turismo
SWOT	<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats</i>
TIC	Tecnologias de Informação e Comunicação
VAB	Valor Acrescentado Bruto
VAR	Variação

ÍNDICE

ÍNDICE.....	vii
Índice de Figuras	ix
Índice de Gráficos.....	ii
Índice de Tabelas	ii
1. INTRODUÇÃO	1
2. REVISÃO DE LITERATURA.....	4
2.1. Evolução da Tecnologia	4
2.1.1. Transformações nas Relações de Trabalho	5
2.2. Turismo, Lazer e Mudanças de Estilo de Vida.....	8
2.3. Nomadismo Digital.....	11
2.3.1. Relação Trabalho-Lazer e Espaços de <i>Cowork</i>	15
2.3.2. Perfil do Nómada Digital.....	19
3. METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO.....	23
3.1. Enquadramento Metodológico de Investigação	23
3.2. Objetivos de Estudo.....	24
3.3. Instrumentos de Recolha de Dados e Sujeitos de Estudo.....	26
3.4. Métodos e Técnicas de Tratamentos dos Dados.....	28
4. ESTUDO DE CASO: TERRAS DE TRÁS-OS-MONTES	30
4.1. Diagnóstico das Terras de Trás-os-Montes	30
4.2. Perfil Económico	33
4.3. Desempenho Turístico	36
4.3.1. Oferta Turística.....	36
4.3.2. Procura Turística.....	40
5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	43
5.1. Análise Descritiva.....	43
5.2. Entrevistas	46
5.2.1. Responsáveis Municipais	47

5.2.2. Empreendimentos Turísticos	49
5.2.3. Nômadas Digitais	51
5.2.4. Síntese.....	55
6. PROPOSTA: PLANO DE AÇÃO.....	57
6.1. Análise SWOT.....	57
6.2. Objetivos, Ações e Estratégias	59
7. CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E FUTURAS LINHAS DE INVESTIGAÇÃO	67
REFERÊNCIAS.....	70
APÊNDICES.....	80

Índice de Figuras

Figura 1: Nomadismo Digital e fenómenos relacionados	11
Figura 2: Nomadismo Digital Holístico	14
Figura 3: Nichos de Nómadas Digitais.....	18
Figura 4: Estilo de Vida do Nómada Digital	22
Figura 5: Objetivos de Estudo	25
Figura 6: Localização Geográfica das Terras de Trás-os-Montes.....	32
Figura 7: Nuvem de Palavras.....	56
Figura 8: Síntese do Plano de Ação.....	66

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Índice de Poder de Compra Per Capita na CIM-TTM	34
Gráfico 2: Restauração na CIM-TTM	39

Índice de Tabelas

Tabela 1: Definições e Conceitos sobre o Nomadismo Digital.....	13
Tabela 2: Vantagens e Desvantagens do Estilo de Vida Nómada Digital.....	19
Tabela 3: Instituições/Empresas Entrevistadas.....	27
Tabela 4: Nómadas Digitais Entrevistados.....	28
Tabela 5: Informações Adicionais das Entrevistas.....	28
Tabela 6: Caracterização Territorial, Administrativa e Demográfica da CIM-TTM	31
Tabela 7: Tecido Empresarial da CIM-TTM.....	35
Tabela 8: Alojamentos Turísticos.....	37
Tabela 9: Agentes de Animação Turística e Agências de Viagens e Turismo.....	38
Tabela 10: Espaços Culturais da CIM-TTM	39
Tabela 11: Indicadores da Procura Turística nos Concelhos da CIM-TTM.....	40
Tabela 12: Estada Média nos Concelhos da CIM-TTM.....	41
Tabela 13: Empreendimentos Turísticos	43
Tabela 14: Capacidade Total dos Empreendimentos Turísticos	44
Tabela 15: Capacidade Total das Salas de Reuniões dos Empreendimentos Turísticos .	45
Tabela 16: Empreendimentos Turísticos com Equipamentos Dedicados ao Lazer na CIM-TTM.....	45
Tabela 17: Conclusões das Entrevistas.....	55
Tabela 18: Análise Swot.....	57
Tabela 19: Síntese das Ações a Implementar	60

1. INTRODUÇÃO

A transformação digital, sentida ao longo das últimas décadas, influenciou, significativamente, não só, o quotidiano das pessoas como também os contornos do ambiente de trabalho, gerando novas oportunidades e desafios (Ferraris, Erhardt, & Bresciani, 2019; Bresciani, Ferraris, & Giudice, 2018; Scuotto, Giudice, Tarba, Petruzzelli, & Chang, 2020). Neste contexto, as práticas de trabalho tornaram-se muito mais flexíveis, ágeis, autónomas, colaborativas e empreendedoras (Taylor, 2015). Com o surgimento da pandemia COVID-19, em dezembro de 2019, todas estas transformações se aceleraram, atribuindo uma maior visibilidade ao trabalho remoto nas suas mais diversas formas. Deste modo, começam a surgir novas expectativas de trabalho, em termos de equilíbrio entre a vida pessoal e profissional, ou seja, as estruturas de trabalho regulares (“09h às 17h”) ficam para trás e a procura pelo equilíbrio entre o trabalho e o lazer ganha uma nova dimensão. Face a estas mudanças, o trabalho começou a ser encarado como um estilo de vida, onde os trabalhadores têm a possibilidade de escolher o seu ambiente profissional, com base nas suas preferências de lazer (Hensellek & Puchala, 2021).

A par destes desenvolvimentos, e embora a sociedade não esteja habituada a relacionar o turismo com o trabalho, a interseção entre estes dois mundos acaba por ser cada vez mais evidente, na medida em que, se torna cada vez mais comum conciliar a atividade profissional com momentos de lazer, que permitam um relaxamento e um aumento de produtividade (Biswas, 2021; Biesalski, 2016). Assim, o termo “Nomadismo digital” ganhou uma nova dimensão. De acordo com Reichenberger (2018), Thompson (2019) e, Green (2020), os nómadas digitais assumem-se como trabalhadores independentes que aproveitam a tecnologia digital e a conexão *wi-fi* para combinar o trabalhar, lazer e interesses contínuos de viagens, trabalhando remotamente para outras empresas ou como *freelancers* ou empreendedores. Contudo, este novo segmento de mercado assume-se, como um nicho específico com bastantes particularidades associadas. Tudo isto, gerou novas oportunidades em diversas indústrias, principalmente no turismo e particularmente no setor do alojamento, visto que este mercado potencia a diminuição da sazonalidade e permite novas formas de negócio. Por outras palavras, este público procura, essencialmente, destinos cénicos, acolhedores, acessíveis e confortáveis, na mesma medida em que os valorizam pela sua capacidade infraestrutural de facilitar a

produtividade, apoiar as rotinas de trabalho e oferecer uma ampla gama de opções de alimentação e hospedagem (Thompson, 2018).

Neste âmbito, e tendo em conta o estilo de vida holístico dos nómadas digitais, a região das Terras de Trás-os-Montes parece deter as condições necessárias para responder às suas necessidades, visto que se trata de um território considerado de baixa densidade, ou seja, não massificado, apresentando um conjunto de valências com um enorme valor natural, patrimonial, histórico, paisagístico e gastronómico. Tudo isto, permite uma maior genuinidade e envolvimento com o local, na mesma medida em que, a sua menor capacidade de hospedagem, comparativamente com os grandes centros urbanos, oferecem um ambiente mais acolhedor.

Assim sendo, e visto que um dos maiores desafios para este tipo de território, segundo Natário *et al.* (2019), passa, exatamente, pela atração de população, criação de emprego e disponibilização de uma maior quantidade e diversidade de serviços, a inserção de segmentos turísticos, como o nomadismo digital, poderia assumir-se como uma forma de potenciar e agilizar o crescimento e o desenvolvimento territorial.

Posto isto, o objetivo principal da presente investigação passa por aferir se a oferta do destino turístico Terras de Trás-os-Montes (sub-região estatística de nível III), dispõe das condições adequadas para receber o segmento turístico, nómadas digitais. De forma específica, pretende-se:

- Avaliar se os recursos turísticos localizados nesta região são adequados para satisfazer as necessidades inerentes a este segmento;
- Avaliar o grau de interesse dos principais agentes turísticos responsáveis pelo desenvolvimento territorial, pelo produto turístico nomadismo digital;
- Avaliar a perspetiva dos nómadas digitais face ao território transmontano;
- Desenhar um plano de ação exequível, que viabilize a atração e fixação deste segmento turístico no território.

Para isto, será adotada uma metodologia qualitativa, através da realização de uma análise descritiva às características de todos os empreendimentos turísticos presentes nos nove concelhos pertencentes às Terras de Trás-os-Montes (Alfândega da Fé, Bragança, Macedo de Cavaleiros, Miranda do Douro, Mirandela, Mogadouro, Vila Flor, Vimioso e Vinhais), através da recolha de dados no Registo Nacional de Turismo (RNT). De forma a complementar a investigação, serão realizadas nove entrevistas semiestruturadas a

diversos *stakeholders* do território (nómadas digitais, responsáveis pelo planeamento turístico da região e gestores de diversos empreendimentos turísticos).

Nesta base, a presente investigação encontra-se dividida em cinco capítulos, sendo o primeiro dedicado à revisão de literatura, onde se encontram expostas as características inerentes ao segmento turístico nomadismo digital e ao seu estilo de vida, de forma a dar suporte teórico ao estudo desenvolvido. O segundo capítulo, diz respeito à descrição metodológica adotada, tendo em conta os objetivos de estudo, ou seja, foram apresentados os instrumentos de recolha de dados e os sujeitos em estudo, assim como os métodos e técnicas de tratamento dos dados.

Posteriormente, evidenciou-se o caso de estudo, onde se caracterizou as Terras de Trás-os-Montes, tendo em conta a sua geografia, socio-demografia e o seu desenvolvimento em termos económicos e turísticos. No capítulo quatro, são apresentados e analisados os resultados obtidos em fase metodológica e de seguida é exibida uma proposta de plano de ação, com o intuito de melhorar e colmatar os problemas identificados ao longo das diferentes fases de investigação. Por último, são evidenciadas as principais conclusões, expostas as principais limitações ao estudo e sugeridas as futuras linhas de investigação.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1. Evolução da Tecnologia

Os avanços das tecnologias de informação e comunicação, têm vindo a transformar rapidamente o mundo, na medida em que vieram implementar mudanças em todas as áreas (Castro, Ferreira, & Nunes, 2021; Fernández-Rovira, Valdés, Molleví & Nicolas-Sans, 2021).

As mudanças e evoluções tecnológicas sentidas nas últimas décadas, principalmente aquelas que se relacionam com o desenvolvimento da internet e da Web 2.0, alteraram significativamente a vida e a rotina das pessoas, desde as tarefas mais simples até às mais complexas. O aumento de *cybercafés*, locais *coworkings*, computadores portáteis, *smartphones* móveis, internet sem fio, *hotspots*, sites de redes sociais, plataformas de media social e sites de compartilhamento de fotos e informações, tornaram as pessoas omnipresentes. Por outras palavras, estes avanços tecnológicos permitiram uma comunicação sem barreiras de espaço-tempo, possibilitando que qualquer pessoa a qualquer hora e em qualquer lugar tenha a capacidade de transmitir informação, possibilitando a realização da sua atividade profissional (Molz, 2012; Nascimento, 2015). Neste sentido, a evolução de sistemas de conexão sem fio, desenvolvidos no último trimestre dos anos 2000, provocou uma “infotransformação” nos mercados e na sociedade. Assim, a tecnologia alterou, não só a forma como as pessoas se relacionam entre si, como gerou mudanças significativas nas relações de trabalho (Mouratidis, 2018).

De acordo com Nascimento (2015), a internet veio possibilitar uma comunicação isenta de barreiras de espaço-tempo, onde qualquer pessoa, a qualquer hora e em qualquer lugar se pode tornar num agente ativo do processo comunicacional. As barreiras físicas deixaram de ser um impedimento o que resultou numa realidade mais aberta. Com a incorporação do meio digital, as relações e processos operacionais passaram acontecer em grande parte de forma virtual, através de computadores e dispositivos móveis (Putra & Agirachman, 2016; Nascimento, 2015).

Na era atual da computação ubíqua, onde o mundo do digital e físico se difundem cada vez mais, os limites entre as configurações do *online* e do *offline* têm vindo a corromper-se, criando redes de pessoas, computadores e objetos em grande escala. Neste sentido,

todas essas mudanças fizeram-se sentir particularmente no ambiente de trabalho, na forma como os funcionários desempenham as suas funções dentro das organizações e nas condições em que o fazem (Cascio & Montealegre, 2016; Barley, 2015; Colbert, Yee, & George, 2016). Graças às tecnologias disruptivas, como computação móvel, realidade virtual, sistemas que geram *big data* e serviços em nuvem, as barreiras de espaço e tempo foram quebradas, tornando-se possível alcançar qualquer pessoa a qualquer hora e em qualquer parte do mundo (Cascio & Montealegre, 2016). Assim sendo, surgiram novas formas de trabalho, onde os funcionários detêm a opção de realizar as suas tarefas profissionais fora dos limites de um escritório convencional ou do horário de trabalho. Para além disso, estas tecnologias possibilitaram também uma maior produtividade no trabalho, na medida em que permitiram com que os funcionários comunicassem e colaborassem entre si e se tornassem mais autónomos (Nansen, Arnold, Gibbs, & Davis, 2010; O'Driscoll, Brough, Timms, & Sawang, 2010).

2.1.1. Transformações nas Relações de Trabalho

De acordo com Barley, Bechky e Milliken (2017), a natureza do trabalho e do emprego sofreu alterações consideráveis nas últimas quatro décadas, devido a uma série de fatores, como o fim de empregos de classe média e a troca de trabalhadores leais pela terceirização de mão de obra barata em outros países. Os mesmos Barley *et al.* (2017), referem ainda que estas alterações provocadas pelos avanços tecnológicos continuam a mudar à medida que se avança no tempo.

Neste sentido, devido a um número crescente de pessoas a trabalhar de forma independente, fora das organizações e num estilo de vida diferente do tradicional, ou seja, em espaços co-localizados e sob supervisão, a forma como se desempenha um determinado trabalho alterou-se (Ashford, Caza, & Reid, 2018; Nicklin, Cerasoli, & Dydyn, 2016; Spreitzer, Cameron, & Garrett, 2017). Segundo Fisher e Connelly (2016), é cada vez menos comum a oferta de contratos permanentes, uma vez que isso acarreta custos mais elevados, sendo por isso mais frequente a oferta de contratos a curto prazo. Com isso, observou-se o aumento de trabalhadores *freelancers* que começaram a oferecer os seus trabalhos de forma independente, ao invés de trabalhar para outrem (Barley, *et al.*, 2017).

Com os avanços da tecnologia da informação, telecomunicação, aplicações móveis e plataformas capazes de gerir as variações entre a procura e a oferta, as mudanças no

mercado de trabalho intensificaram-se, surgindo assim uma modalidade transversal de relação de trabalho mais flexível, liberal e inovadora (Kovács, 2016; Fleming, 2017; Sharam & Bryant, 2017).

Face a tudo isto, e em particular, após os cortes de custos sentidos com a crise financeira global de 2008, o mercado de trabalho temporário e contratual expandiu-se, alimentando aquilo que hoje se denomina de economia *gig* (economia de compartilhamento) (Cunningham-Parmeter, 2016; Glynn, 2011).

Smith, Goods, Barratt e Veen (2021) afirmam que o surgimento deste conceito alterou significativamente a forma como as indústrias se organizam em termos e condições sob os quais o trabalho se realiza. A economia *gig* pode ser definida como um trabalho ocasional negociado e intermediado no mercado digital, sendo caracterizado por uma variedade de arranjos de trabalho não padronizados (Manyika, Lund, Dobbs, Robinson, & Valentino, 2015). Por outras palavras, caracteriza-se por um espaço profissional que promove microempreendedorismo, trabalho autónomo e intercâmbios mediados por computador e semelhantes (Friedman, 2014). De acordo com Nash, Jarrahi, Sutherland e Phillips (2018) e Sutherland e Jarrahi (2017), este conceito desenvolveu-se em decurso académico para descrever um sistema de arranjo de trabalho flexível e sob procura.

São vários os autores que afirmam a essência de uma série de conceitos intimamente associados à economia *gig*, sendo eles, a economia de compartilhamento, consumo colaborativo, economia colaborativa e economia ponto a ponto (Sundararajan, 2016; Ertz, Durif, & Arcand, 2016; Kostakis & Bauwens, 2014; Weber, 2016). No entanto, e apesar de todos estes termos descreverem fenómenos distintos, de certa forma todos eles envolvem um afastamento aos modelos de negócios convencionais, focando-se numa população de *freelancers*, multidões ou pares envolvidos em transações económicas mais distribuídas (Ertz, *et al.*, 2016; Sundararajan, 2016). Neste sentido, e tendo em conta Sutherland e Jarrahi (2017) a economia *gig* envolve uma ampla variedade de relacionamentos mediados digitalmente, sejam eles semipermanentes, *crowdsourcing* anónimo ou trabalho sob procura. Assim sendo, aquilo que distingue a economia *gig* de outras formas de trabalho ocasional a curto prazo, prende-se com uma maior abrangência ao nível das indústrias e trabalhadores, independentemente dos seus níveis de qualificação; mediação e dependência de plataformas digitais; maior flexibilidade e uma duração mais curta baseada em micro tarefas (Burke, 2019). Segundo Lapanjuuri, Wishart e Peter (2018), a economia *gig* tem vindo a crescer consideravelmente através de

plataformas digitais baseadas em aplicações móveis, visto que facilitam a correspondência direta entre fornecedores de um serviço e os clientes a curto prazo, num regime de pagamento por tarefa desempenhada.

Visto que a economia *gig* é composta de plataformas digitais baseadas em mão de obra (Uber, Taskrabbit), onde se combina a procura (clientes) com a oferta (trabalhadores), é importante distingui-la de plataformas baseadas em ativos (Airbnb), ou de plataformas de comércio eletrónico (Calo & Rosenblat, 2017; Balaram, Warden, & Wallace-Stephens, 2017). Neste sentido, e tendo em conta Balaram *et al.* (2017) e Farrell e Greig (2016), as plataformas pertencentes à denominada economia *gig*, devem oferecer um mercado para serviços de trabalho. Assim sendo, existem dois tipos principais de plataformas de trabalho, ou seja, plataformas de trabalho coletivo e plataformas de trabalho sob procura. O primeiro caso, envolve recrutamento de trabalhadores para tarefas únicas, incluindo tarefas *online* ou micro tarefas, como filtragem de conteúdo *online*, transcrições, traduções e revisões. O segundo tipo combina clientes com trabalhadores para realizar trabalhos físicos tradicionais, como serviços de transporte (Táxi e Uber) e de limpeza (De Stefano, 2016; Tan, *et al.*, 2021). Em todo o caso, e embora ambas das situações dependam fortemente das TICs, elas são também marcadas por tarefas que requerem um certo nível de destreza manual e humana (De Stefano, 2016).

De forma geral, todas estas plataformas criam oportunidades para novos tipos de trabalho, na medida em que desconstruem um projeto maior, para o dividir em tarefas menores que poderão ser realizadas por diferentes trabalhadores em diferentes locais (Casilli & Posada, 2019). Nesta senda, as plataformas *online* colocam o trabalhador em contacto com um número indefinido de organizações, empresas e indivíduos numa base global. Assim, os trabalhadores são fornecidos no momento em que o trabalho é solicitado, isto é, “just-in-time”, sendo pagos mediante a tarefa realizada (De Stefano, 2016).

Face a tudo isto, e de acordo com Trimoldi (2018), os cargos de tempo integral começaram a ser substituídos por empregos autónomos, e embora esse aspeto esteja associado a uma maior incerteza e insegurança, a verdade é que acaba por gerar múltiplas oportunidades. Assim sendo, e de acordo com Mrass, Li e Peters (2017), o trabalho digital, embora tenha resultado em operações de produção mais eficientes, vem acompanhado pela perda de empregos. De Stefano (2016) reforça esta ideia, afirmando que este método acarreta consigo desvantagens, nomeadamente incertezas, riscos e instabilidade financeira.

A questão do trabalho independente, permitido pelas TIC, originaram uma população crescente de trabalhadores que não necessitam de se vincular a um local fixo, realizando a sua atividade profissional em cafetarias, espaços de *coworking*, *lounges* de aeroportos ou qualquer outro local que disponha de internet (Nash, *et al.*, 2018). Este conjunto de pessoas geograficamente móveis são conhecidas como nómadas digitais, e definem-se como teletrabalhadores independentes de localização. Desta forma, estes indivíduos, para além de terem a possibilidade de trabalharem em qualquer parte do mundo, têm também a oportunidade de viver em qualquer lugar como “viajantes perpétuos” (Nash, *et al.*, 2018).

2.2. Turismo, Lazer e Mudanças de Estilo de Vida

O aumento da mobilidade internacional e mudanças de estilo de vida, liberdade de escolha e autorrealização, tornou-se numa tendência mundial, por volta da década de 1980 (Hannonen, 2020). Com a introdução da linha ferroviária a meados do século XIX, e posteriormente do automóvel no início do século XX, as pessoas tornaram-se mais independentes e móveis (Cresswell, 2006).

Antes disso, trabalhar como profissional transnacional móvel era considerado um estilo de vida privilegiado e destinado a uma pequena elite (Cohen, Duncan, & Thulemark, 2015). No entanto, e face aos desenvolvimentos tecnológicos e fatores sociopolíticos como globalização, individualização, aumento das experiências internacionais e mobilidade, facilitadas por equipamentos de comunicação sem fio, avanços nos sistemas de transporte e aumento da riqueza relativa global, levou a novas formações e padrões sociais, gerando novas oportunidades. Tudo isto, criou uma compressão espaço-tempo, ou seja, um encolhimento efetivo do globo. Por outras palavras, foi a junção dos avanços tecnológicos e da incorporação da mobilidade no quotidiano que resultou na expansão do lazer e de estilos de vida móveis, tanto ao nível nacional como internacional (O'Reilly & Benson, 2009; Hannonen, 2018; Müller, 2016; Paris, 2011; Cresswell, 2006).

À medida que as redes móveis se estenderam e atravessaram o espaço geográfico, a sociedade desenvolveu novas formas de copresença, através de interações *online* e comunicações móveis (Molz, 2012).

Por volta da década de 2010, os serviços de reserva *online*, acessibilidade a transportes e acomodações, o acesso à internet e computadores portáteis possibilitaram um estilo de

vida transnacional e móvel não só em indivíduos com rendimentos mais elevados, como também a mentes independentes e criativas com orçamentos mais baixos (Loryn, 2021).

Neste seguimento, e devido a todas as mudanças na sociedade, a necessidade de estar fisicamente num local para realizar uma tarefa desapareceu (Nash, *et al.*, 2018). Este crescente grupo de indivíduos móveis e independentes de localização têm várias denominações, como “nómadas globais” (D'Andrea, 2007; Kannisto, 2014), “criativos migrantes” (O'Brien, 2014), “knowmads” (Moravec, 2013) ou, mais recentemente, “nómadas digitais” (Müller, 2016; Reichenberger, 2018). Este segmento de trabalhadores, são reconhecidos pela capacidade de viajar continuamente e de forma propositada, morando em locais distintos ao redor do mundo, de forma temporária e sem nenhuma base doméstica na maioria dos casos (Aroles, Granter, & Vaujany, 2020; Reichenberger, 2018).

De acordo com Su e Mark (2008), a nomadicidade é definida como uma forma de trabalho que envolve a mobilidade de um trabalhador e dos respetivos recursos que lhe permitam continuar a desenvolver as suas tarefas profissionais onde quer que se encontrem, definindo locais de trabalho temporários ao longo da sua jornada.

Segundo Richards (2015), os nómadas podem ser vistos sob três perspetivas, ou seja, um mochileiro (*backpacker*), um *flashpacker* e um nómada global. Os mochileiros costumam ser associados a jovens, que viajam de forma independente por um longo período de tempo, não tendo um destino específico e retornando ao seu país de origem após a viagem (Kannisto, 2014). Assim, a principal diferença entre um nómada digital e um mochileiro é que o último viaja por motivos turísticos ou de estilo de vida sem necessidade de trabalhar para sustentar as suas viagens (Mouratidis, 2018).

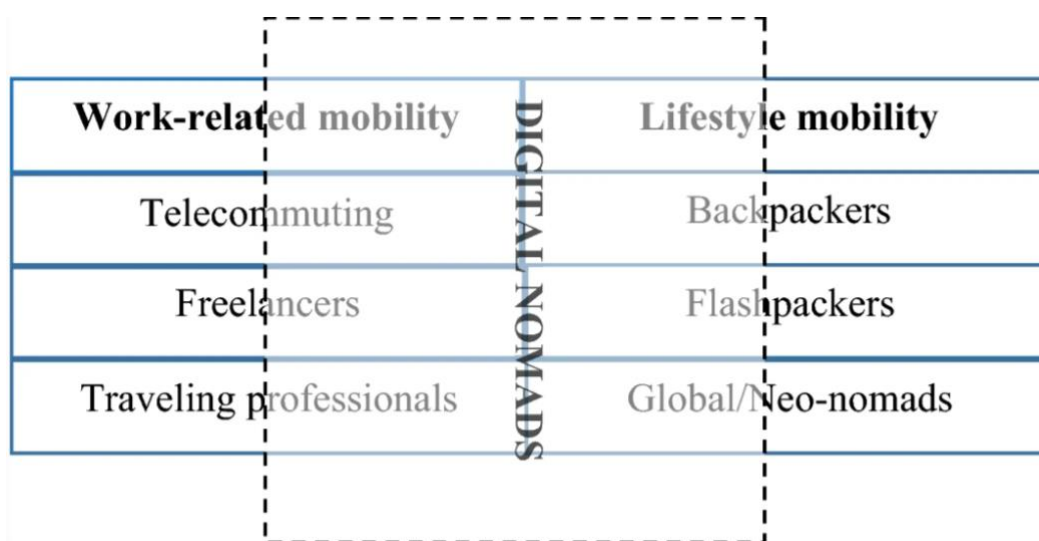
Sob outra perspetiva, um *flashpacker* trata-se de um mochileiro com experiência tecnológica, que recorre às mesmas, não só para planear, reservar e executar as suas viagens como também para ficar conectado *online* e compartilhar as suas experiências através de diversos canais digitais, como *blogs*, sites de media sociais, canais de vídeo, entre outros (Richards, 2015). De acordo com Paris (2012), a principal diferença entre um mochileiro e um *flashpacker* reside no uso da tecnologia. Por outro lado, a diferença entre um *flashpacker* e um nómada digital reside essencialmente na duração da viagem, uma vez que, enquanto um *flashpacker* viaja em média 62 dias por ano, um nómada digital realiza viagens semipermanentes ou mesmo interruptas (Nash, *et al.*, 2018; Thompson, 2019; Richards, 2015).

Por último, os nómadas globais trata-se de pessoas provenientes de nações industrializadas que não vivem permanentemente num local específico, movendo-se por vários locais do mundo e ganhando a vida ao longo desse caminho, nos diversos lugares onde residem, sem recorrer necessariamente à tecnologia (Korpela, 2019; Mouratidis, 2018). Embora os nómadas digitais se possam assemelhar aos nómadas globais, na medida em que ambos representam um estilo de vida contracultural com alta mobilidade, os nómadas globais, contrariamente aos nómadas digitais, não recorrem obrigatoriamente à tecnologia e dão preferência à liberdade e ao lazer, enquanto os nómadas digitais valorizam a produtividade no trabalho (Mouratidis, 2018; D’Andrea, 2006; Müller, 2016).

Para além destes três conceitos é importante distinguir um nómada digital de um *freelancer*; ambos trabalham fora do padrão normal, por conta própria e com flexibilidade em termos de horário e localização, os *freelancers* não seguem um estilo de vida de viagens contínuas. Neste contexto, e apesar de alguns nómadas digitais serem considerados *freelancers*, nem todos os *freelancers* são nómadas digitais (Olga, 2020; Mouratidis, 2018).

Por outro lado, o teletrabalho é definido como um arranjo de trabalho fora do ambiente tradicional, onde um indivíduo pode desempenhar as suas tarefas profissionais no seu espaço domiciliar através de recursos tecnológicos (Golden & Gajendran, 2019). Embora, o teletrabalho faça parte do ambiente diário dos nómadas digitais, nem sempre um teletrabalhador tem o estilo de vida de um nómada digital (Hannonen, 2020). De acordo com Thompson (2019), enquanto o teletrabalho diz respeito ao equilíbrio entre a vida pessoal e familiar e o emprego, o nomadismo digital corresponde ao equilíbrio entre o lazer e o trabalho. Sob outra perspetiva, o conceito de nómada digital também deve distinguir-se de profissional viajante, na medida em que no caso dos primeiros a mobilidade é uma escolha, enquanto para os profissionais viajantes se assume como uma condição ou requisito de trabalho (Mouratidis, 2018).

Figura 1: Nomadismo Digital e fenômenos relacionados



Fonte: Hannonen (2020)

De forma geral, e como se pode ver na figura 1, o *freelancer* e o teletrabalho de certa forma acabam por produzir aquilo que é o nomadismo digital. A mobilidade no trabalho e a independência de local conectam o nomadismo digital com outros tipos de trabalho flexível. No entanto, e segundo Hannonen (2020), o nómada digital opta sempre pela mobilidade e por se envolver propositadamente em viagens semipermanentes ou contínuas para trabalhar remotamente em diferentes ambientes sociais e *online*.

2.3. Nomadismo Digital

O termo “nómada digital” foi introduzido por Makimoto e Manners em 1997, para descrever um novo estilo de vida onde o trabalho e o lazer se relacionariam (Makimoto & Manners, 1997), tendo sido mais tarde reconhecido como um fenómeno social (Müller, 2016). Neste sentido, o conceito de nómada digital descreve uma categoria de profissionais nómadas que realizam o seu trabalho remotamente em qualquer parte do mundo, recorrendo às tecnologias digitais. Assim, o “nomadismo digital” diz respeito ao estilo de vida desenvolvido por estes profissionais (Hannonen, 2020). Nesta linha de pensamento, o nomadismo digital tem sido abordado sob diferentes perspetivas, como uma forma de turismo criativo (Putra & Agirachman, 2016), como um tipo de atividade de lazer, (Reichenberger, 2018), como uma nova forma de trabalho independente da localização (Orel, 2019; Wang, Schlagwein, Cecez-Kecmanovic, & Cahalane, 2018), e como uma nova atividade económica e um fenómeno cultural (Wang, *et al.*, 2018).

Assim sendo, Putra e Agirachman (2016), caracterizam o nomadismo digital como uma atividade turística onde a novidade se assume como a principal motivação. No entanto, embora estes indivíduos visitem continuamente novos destinos e criem experiências novas, não podem ser considerados turistas, uma vez que, estão sempre à procura de recursos que lhes permitam realizar trabalhos remunerados (Nash, *et al.*, 2018). Já na visão de Wang *et al.* (2018), o nomadismo digital tornou-se num segmento específico que facilitou o desenvolvimento de novos serviços e produtos, o que por sua vez possibilitou novas formas de consumo, como as plataformas digitais.

De acordo com Liegl (2014), o nómada digital é um trabalhador equipado com tecnologias digitais que o capacitam a trabalhar em qualquer hora e a partir de qualquer lugar. Refere-se a profissionais que realizam o seu trabalho digitalmente através da internet, e sob um estilo de vida de constante viagem (Schlagwein, 2018). Na visão de Kuzheleva-Sagan e Nosova (2017), o nomadismo digital trata-se de um fenómeno da sociedade moderna que surgiu em consequência do crescimento da mobilidade e da digitalização. Já Müller (2016), define este termo como uma nova geração de *freelancers* independentes de localização, ou seja, jovens empreendedores autónomos *online*. Por outras palavras, são pessoas que não se encontram dependentes de um trabalho num escritório convencional, tendo a liberdade de decidir livremente quando e onde pretendem trabalhar, necessitando apenas do *laptop* e uma boa ligação à internet. Por outro lado, Wang *et al.* (2018), descrevem o nómada digital como um teletrabalhador que vive uma vida de viagens e trabalho intercalado contínuo.

O nomadismo digital, tem vindo a ganhar popularidade ao longo dos últimos anos como um estilo de vida moderno e onde o trabalho se realiza num contexto diferente do tradicional. No entanto, ainda são poucas as pesquisas empíricas que incidem nesta temática, o que acaba por restringir a discussão analítica da literatura (Nash, *et al.*, 2018; Hannonen, 2020). Neste sentido, os estudos existentes nesta área têm se concentrado em diferentes perspetivas do nomadismo, embora careçam de uma definição coerente e unânime do termo (Tabela 1).

Tabela 1: Definições e Conceitos sobre o Nomadismo Digital

Autor	Definição/Conceito
Liegl (2014, p.163)	“(…) a mobile knowledge worker equipped with digital technologies to work ‘anytime, anywhere’.”
Müller (2016, p.344)	“(…) a new generation of location independent freelancers, young entrepreneurs, online self-employed persons.”
Reichenberger (2018, p.364)	“(…) young professionals working solely in an online environment while leading a location independent and often travel reliant lifestyle where the boundaries between work, leisure and travel appear blurred.”
Thompson (2019, p.27)	“(…) ability for individuals to work remotely from their laptop and use their freedom from an office to travel the world.”
Richter & Richter (2020, p.78)	“(…) are redefining work life by pursuing employment that allows for global travel, flexibility in work hours, and a departure from the traditional office environment.”
Mancinelli (2020, p.1)	“(…) individuals who, taking advantage of portable computing technologies and widespread Internet access, can work remotely from any location and use this freedom to explore the world.”
Nash <i>et al.</i> (2021, p.273)	“(…) independent digital workers with extreme forms of spatial mobility and non-existent or loose organizational affiliations.”

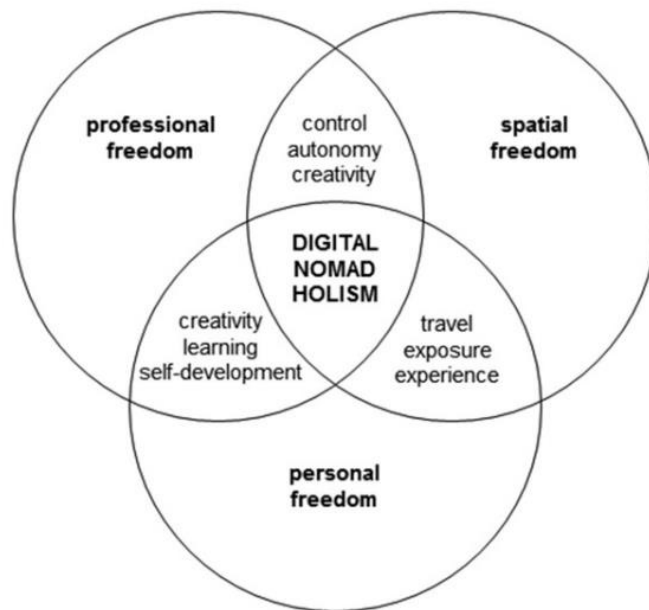
Fonte: Elaboração Própria

Embora nos últimos anos, os estudos empíricos se tenham focado em ângulos diferentes, posicionando o nómada como um produto resultante da mudança da cultura do trabalho, dos padrões de viagem ou do ângulo profissional ou estilo de vida, de forma geral o nomadismo digital encontra-se sempre associado à mobilidade, flexibilidade e à independência de tempo e de localização (Müller, 2016; Nash, *et al.*, 2018; Reichenberger, 2018; Thompson, 2019; Wang, *et al.*, 2018; Makimoto, 2013).

Nash *et al.* (2018), afirma que os nómadas digitais, não são nada mais do que teletrabalhadores que se tornaram tão geograficamente móveis, ao ponto de se tornarem livres para trabalharem e viverem em qualquer parte do mundo, sendo considerados “viajantes perpétuos”. Assim sendo, estes indivíduos podem ser vistos como uma interseção entre viagens, lazer e trabalho. Neste sentido, e embora a duração das viagens varie de acordo com as preferências, estilo de vida, regime de visto, etc, as viagens internacionais semipermanentes ou contínuas são a componente central dos chamados trabalhadores móveis (Orel, 2019; Reichenberger, 2018; Thompson, 2019).

De grosso modo, os nómadas digitais são caracterizados por um estilo de vida holístico (Figura 2), onde o ambiente profissional, espacial e pessoal são encarados da mesma forma, isto é, este segmento de pessoas, considera o trabalho como algo intrinsecamente motivador e gratificante, sendo, portanto, igualado às atividades de lazer (Reichenberger, 2018).

Figura 2: Nomadismo Digital Holístico



Fonte: Reichenberger (2018)

Horton (2017), afirma que a fuga da atmosfera do escritório convencional e o aventureirismo ligado à viagem é a principal motivação associado ao estilo de vida do nómada digital. Assim sendo, estes indivíduos apenas serão capazes de atingir o estado holístico que procuram se existir uma relação interdependente entre a liberdade profissional, espacial e pessoal. Por outras palavras, a combinação entre o trabalho (liberdade profissional), o lazer (liberdade pessoal) e a independência de localização (liberdade espacial) contribui para a aprendizagem, aquisição ou avanço de habilidades e autodesenvolvimento, na mesma medida em que estimulam continuamente a criatividade por meio de um movimento constante (Reichenberger, 2018).

2.3.1. Relação Trabalho-Lazer e Espaços de Cowork

São vários os autores, que sugerem que os nómadas digitais lidam ativamente com as fronteiras imprecisas entre o lazer e o trabalho, na medida em que aspetos como a diversão e o autocontrolo acabam por ser transferidos para o ambiente profissional dos nómadas (Müller, 2016; Reichenberger, 2018; Richards, 2015).

Segundo Beatty e Torbert (2003), as primeiras tentativas para estabelecer uma definição de lazer basearam-se, essencialmente, na ausência de trabalho, ou na quantidade de tempo disponível depois de realizados todos os compromissos profissionais, negligenciando as tarefas diárias ou domésticas (Robinson & Godbey, 1997). Nunes e Hutz (2014), definem lazer como um conjunto relativamente estruturado de atividades capazes de responder às necessidades físicas e mentais. Na mesma linha de pensamento, Witt e Bishop (2009), reforçam esta ideia afirmando que cada pessoa define o conceito de lazer de acordo com as suas preferências e recursos disponíveis para satisfazer as suas necessidades, valorizando os resultados de formas diferentes, de acordo com os seus valores e aspirações. Assim, o lazer depende do significado que uma determinada pessoa lhe atribui e não da atividade em si. Por outras palavras, o lazer pode assumir diversas formas para diferentes pessoas, isto é, uma atividade tanto pode ser considerada uma obrigação, como uma forma de lazer.

Posto isto, e segundo Reichenberger (2018), o lazer pode definir-se como uma componente do nomadismo digital. Os nómadas digitais tendem a procurar locais de acordo com as suas expectativas de trabalho, embora esse não seja o motivo principal das suas deslocações frequentes. O apoio emocional, organizacional e a troca de conhecimentos facilitam a obtenção de resultados, dessa forma os nómadas digitais tendem a agrupar-se em comunidades com ideais e estilos de vida semelhantes (Hall, Rentschler, Boyle, & Sigala, 2019; Sutherland & Jarrahi, 2017). Desta forma, e de acordo com o estudo de Orel (2019), o equilíbrio entre o lazer, trabalho e um ambiente ideal para executar as suas tarefas profissionais parece ser uma das principais motivações para os nómadas digitais.

Os nómadas digitais tendem a selecionar a sua localização geográfica, de acordo com as suas expectativas de trabalho (Hall *et al.*, 2019). No entanto, a flexibilidade geográfica associada ao seu estilo de vida e a ausência de um espaço de trabalho organizacional pode levar à indefinição de fronteiras entre a vida profissional e o lazer, visto que acabam por ser privados da socialização com os colegas de trabalho, o que por sua vez pode resultar

na ausência da socialização espontânea. Embora o nómada digital se encontre constantemente conectado à internet, não existe um contacto genuíno, como acontece na comunicação direta e interação entre colegas de trabalho (Golden, 2007; Maruyama & Tietze, 2012). Face à solidão associada a este estilo de vida, surgem os espaços de trabalho colaborativos, mais comumente denominados de ambientes de *Coworking* (Orel, 2019; Gandini, 2015). Estes espaços podem ser descritos como ambientes de trabalho compartilhado, onde diferentes tipos de profissionais se reúnem para realizar as suas tarefas de trabalho (Gandini, 2015).

A ideia de *coworking* nasceu na Califórnia (San Francisco) no ano de 2005, com o intuito de se tornar uma alternativa a um ambiente de trabalho tradicional num escritório convencional, quebrando a hierarquia organizacional e eliminando a competição entre colegas de trabalho, apoiando ao invés a colaboração de indivíduos independentes que realizam os seus próprios projetos (Gandini, 2015).

A utilização de espaços como ambientes de *coworking* dirigidos a comunidades, permite-lhes socializar, eliminando a sensação de isolamento ao mesmo tempo que aumenta a produtividade no trabalho e lhes traz o equilíbrio ideal. Para além disso, importa referir que os espaços de *coworking* não devem ser considerados apenas como locais de trabalho, mas sim de inovação e bem-estar visto que estas componentes são uma parte fundamental do estilo de vida nómada (Orel, 2019).

Comparado a um escritório tradicional, o *coworking*, potencia a liberdade, a independência e as disposições de trabalho flexíveis. Para além de ser mais acessível, estes ajudam a suportar o trabalho remoto e a conciliar o trabalho com a vida pessoal (Betancourt, 2019).

O conceito de *coworking* envolve dois elementos: espaço de *coworking* e comunidade de *coworking*. O primeiro fornece aos profissionais independentes as condições e infraestruturas necessárias para executar os seus projetos individuais, ou seja, envolve escritórios totalmente equipados, com mesas, internet, serviços de impressão e serviços de refeitório. O segundo, trata-se de uma estrutura social que possibilita a realização de trabalho intelectual entre pares, manifestando-se através da cultura, comunicação, informação e troca de conhecimentos (Bendkowski, 2019). Por outras palavras, e segundo Rus e Orel (2015), a base de um espaço de *coworking* consiste na forma de um ambiente combinado de escritório e refeitório.

Bouncken, Laudien, Fredrich e Görmar (2018), afirma que os espaços de *coworking* podem dividir-se entre espaços corporativos e espaços individuais. Enquanto, que os espaços corporativos são os que pertencem a grandes corporações com hierarquias estabelecidas e um ambiente semelhante a um campus, os espaços individuais são aqueles que visam principalmente *freelancers*, *startups* e empresas locais (Bouncken, *et al.*, 2018).

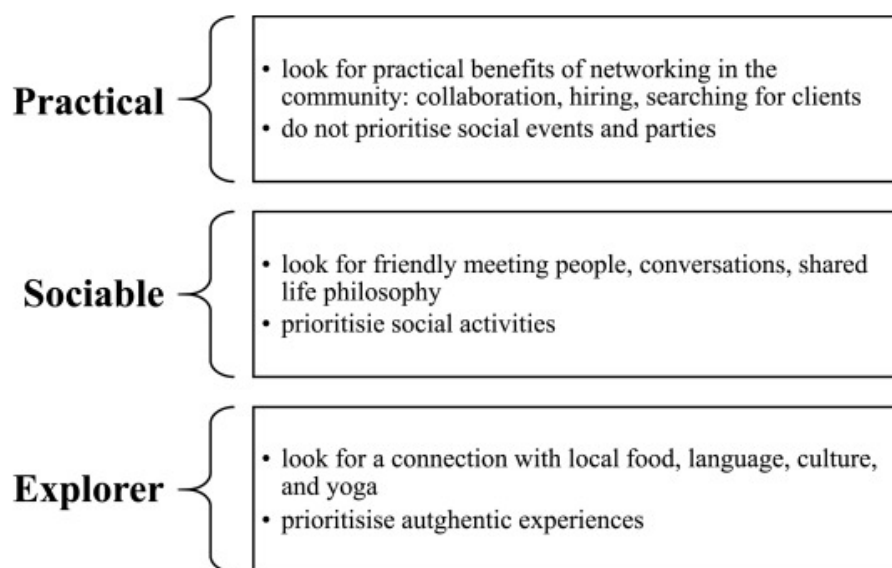
Sob outro ângulo, Orel (2019) destaca que o *coworking* pode ser visto em três perspectivas diferentes, ou seja, como um catalisador de uma comunidade de indivíduos que operam de forma independente, tendo como objetivo o estabelecimentos de colaborações e inclusão em novas redes (Bianchi, Casnic, & Squazzoni, 2018)). Pode ser visto também, como um ambiente capaz de otimizar e estimular a realização mais eficiente de processos de trabalho (Bueno, Rodríguez-Baltanás, & Gallego, 2018) e por último, como um ambiente de apoio que permita o acesso a oportunidades de trabalho (Leclercq-Vandelannoitte & Isaac, 2016).

De acordo, com vários estudos, tornou-se claro que a indústria do *cowork* está a crescer consideravelmente devido ao crescimento e expansão rápida de trabalhadores móveis que procuram conciliar o lazer e o trabalho, tendo passado de 21 000 indivíduos em 2010, para 2,17 milhões em 2019 (Mazareanu, 2020; Orel, 2019).

Segundo a perspectiva de Lee *et al.* (2019), existem oito fatores geográficos para nómadas digitais em *coworking* que devem ser tidos em conta: disponibilidade de internet; clima e ambiente natural, custo de vida, comunidade, cultura e idioma, acessibilidade, fuso horário e segurança.

Embora o ambiente de *coworking*, se assuma como um espaço apreciado e valorizado pelos nómadas digitais, as suas preferências relativamente ao propósito do espaço variam, tendo sido, portanto identificados por Chevtaeva e Denizci-Guillet (2021) três nichos de nómadas digitais: Nómadas Digitais Práticos; Nómadas Digitais Sociáveis; Nómadas Digitais Exploradores. O primeiro nicho refere-se a indivíduos que veem o espaço como uma oportunidade de foco e *networking*, desvalorizando as relações sociais. O segundo, representa os nómadas que procuram combater a solidão, conectando-se com outros pares e o último nicho procura experiências locais e autênticas (Figura 3).

Figura 3: Nichos de Nômadas Digitais



Fonte: Chevtaeva e Denizci-Guillet (2021)

Tudo isto vai de encontro aos estudos realizados por (Cook, 2020; Orel, 2019; Reichenberger, 2018; Thompson, 2019) que assumem o espaço de *coworking*, como um ambiente capaz de potenciar a socialização, o bem-estar, autodisciplina e a criação de comunidades nômadas.

No entanto, e apesar dos ambientes de *coworking*, serem bastante vantajosos, na medida em que estimulam o sentido de comunidade e um ambiente de trabalho agradável, a convivência e a aprendizagem coletiva, estes espaços acabam também por ter inerentes a si diversas desvantagens, nomeadamente os valores elevados, a falta de privacidade e o barulho que se pode ocasionar pelo convívio (Chevtaeva, 2021).

Face a tudo isto, ser nômada digital traz consigo vários benefícios, entre os quais se destacam, a localização independente, a criatividade ilimitada, um horário de trabalho flexível, um clima agradável para realizar as tarefas profissionais e apoio ao espaço de *coworking*. Contudo, e embora estes indivíduos não dependam de áreas de trabalho e salas especializadas para o efeito, eles exigem uma alta cobertura e qualidade de internet e que eles próprios encontrem ou preparem o seu espaço de trabalho ao invés de depender de um ambiente de escritório convencional, estável fornecido por determinada organização (Novriandi, 2017; Jarrahi & Thomson, 2017). Por outro lado, e apesar dos nômadas conseguirem adaptar o seu trabalho às suas circunstâncias individuais e familiares, este estilo de vida acarreta também maiores riscos empresariais, visto que não beneficiam de seguros de saúde, cobertura sobre doenças ou despesas com férias anuais, o que os coloca em situações mais precárias (Nash, *et al.*, 2018). Ainda que, a mobilidade constante permita a estes indivíduos, viajar e conhecer novos lugares, pessoas e culturas, exige ao

mesmo tempo a mobilização de recursos (Kamoi, 2015). Na mesma linha de pensamento, e segundo Matos (2016) e Gomes (2019), apesar do nómada ter a possibilidade de desenvolver as suas tarefas profissionais através da internet, o contacto através desta fonte acaba por se tornar mais impessoal e distante (Tabela 2).

Tabela 2: Vantagens e Desvantagens do Estilo de Vida Nómada Digital

	Descrição	Autores
Vantagens	<ul style="list-style-type: none"> - Liberdade e flexibilidade de tempo e movimento; - Conhecimento de novas culturas, países e pessoas; - Novas experiências; - Possibilidade de explorar novos mercados; - Acesso a novos conhecimentos; - Maior produtividade e criatividade; - Baixos níveis de stress. 	Nash <i>et al.</i> (2018); Kamoi (2015); Novriandi (2017); Haking (2017); Reichenberger (2018).
Desvantagens	<ul style="list-style-type: none"> - Rendimentos instáveis; - Ausência de seguros de saúde e subsídios; - Isolamento social; - Necessidade de alta cobertura de internet; - Possível má gestão de tempo; - Falta de contactos genuínos; - Fusos horários diferentes; - Dificuldade em construir a cultura empresarial. 	Haking (2017); Kamoi (2015); Matos (2016); Gomes (2019); Jarrahi <i>et al.</i> (2017); Golden (2007); Maruyama e Tietze (2012); Orel (2019)

Fonte: Elaboração Própria

De grosso modo, e embora os nómadas digitais possam ter uma vida profissional mais flexível e gratificante, deve se ter em conta que a mesma liberdade de espaço-tempo que lhe oferece benefícios pode tornar-se também opressora, na medida em que a taxa de responsividade deve manter-se constantemente alta, o que pode desequilibrar os limites entre a vida pessoal e profissional (Lal & Dwivedi 2010; Hislop & Axtell, 2009; Su & Mark, 2008).

2.3.2. Perfil do Nómada Digital

Ao longos dos últimos anos, foram sendo desenvolvidos e aplicados diversos estudos empíricos, com o objetivo de obter um retrato do nómada digital. Neste sentido, e de acordo com a literatura, os nómadas digitais são caracterizados como jovens adultos literados e frequentemente empregados em áreas de tecnologia (*web design*, programação, marketing *online*, ensino *online*, tradução, assistência virtual, *coaching* profissional, vendas *online* e gestão administrativa). Têm a capacidade de trabalhar remotamente recorrendo apenas a um computador portátil, procurando essencialmente estadias de longa duração (Richards, 2015; Thompson, 2019; Mancinelli, 2020; Haking,

2017). De acordo, com um estudo realizado em 2021 por Kelly e Arelano (2021), verificou-se que os nómadas digitais são maioritariamente do sexo feminino e com idades compreendidas entre os 25 e os 34 anos, o que corrobora com o estudo de Reichenberger (2018), que afirma que este segmento é constituído por indivíduos na faixa dos 20 aos 30 anos, visto que esta geração, para além de ter desenvolvido uma afinidade com as TIC, normalmente não tem compromissos familiares. A maioria é proveniente da América do Norte e da Europa, ou seja, indivíduos predominantemente ocidentais, e permanecem mais de um mês num determinado local, trabalhando cerca de 46 horas semanais, principalmente como *freelancers* para múltiplas empresas (Thompson, 2018; Reichenberger, 2018; Kelly & Arelano, 2021). Este segmento recebe uma média de 4 500 dólares mensais, gastando cerca de 36% desse ordenado localmente. As principais motivações para estes indivíduos levarem este estilo de vida passa essencialmente, por poderem realizar viagens constantemente e não apenas durante as férias, pela sensação de liberdade, para aprenderem línguas estrangeiras e conhecerem culturas e pessoas diferentes (Kelly & Arelano, 2021). Por outras palavras, Orel (2019), afirma que uma das motivações para seguir este estilo de vida é o gosto pela sensação de liberdade geográfica e a transição entre diferentes lugares e sociedades.

No entanto, nem tudo são vantagens, uma vez que ser nómada digital traz consigo diversos desafios, nomeadamente a incerteza associada ao trabalho, a possível solidão e dificuldades financeiras, a gestão e o equilíbrio entre o trabalho e o lazer e a motivação (Kelly & Arelano, 2021).

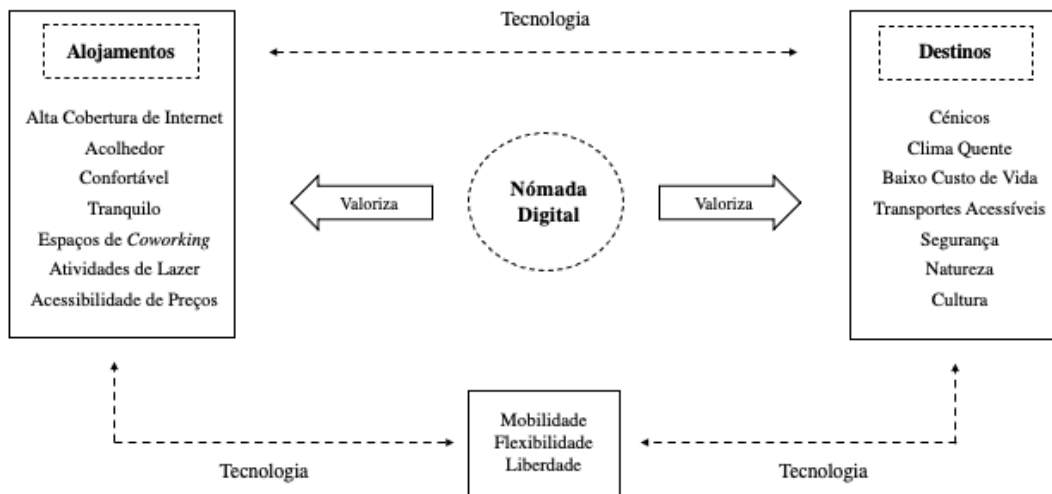
Neste sentido, este público acaba por se tornar mais exigente, valorizando espaços confortáveis e lugares tranquilos, destinos atrativos onde possam beneficiar de longas estadias, particularmente com pessoas com quem possam partilhar conhecimentos, internet rápida, preços justos, *cowork* gratuito e programações diárias. O clima, a natureza, a cultura, a segurança e o baixo custo de vida num destino, assim como um bom sistema de transportes públicos e facilidade de obtenção de vistos são componentes fundamentais para a seleção de um destino. Assim sendo, os alojamentos turísticos que pretendem receber nómadas digitais devem adaptar os seus quartos/ apartamentos às necessidades deste segmento, ou seja, para além de deterem um espaço acolhedor, confortável e tranquilo, devem dispor de um local para trabalhar, assim como uma boa conexão à internet e um preço adaptado ao seu estilo de vida, visto que estas pessoas se hospedam por longos períodos de tempo (Kelly & Arelano, 2021).

Thompson (2018), refere que este grupo de pessoas costumam selecionar lugares cénicos, acolhedores e confortáveis, acessíveis e acolhedores. São atraídos para locais que possam atender às suas necessidades diárias de trabalho, e lhes ofereçam uma ampla gama de opções de alimentações e hospedagem. Altringer (2015) reforça esta ideia, na medida em que afirma que os nómadas digitais costumam viajar preferencialmente para destinos quentes e com um baixo custo de vida. Segundo Symonds & Lacono (2021), países como a Tailândia, Costa Rica, Bansko (Bulgária), Ilhas Canárias (Espanha), Seattle (EUA) e Berlim (Alemanha), assumem-se como algumas escolhas prediletas dos nómadas digitais.

Sob outra perspetiva, e tendo em conta o estudo de Kelly e Arelano (2021), verifica-se que os destinos prediletos para uma estadia de longa duração (mais de três meses) são a Indonésia, México e Tailândia, logo seguido da Espanha, Colômbia e Portugal. Por outro lado, os destinos preferenciais para se fixarem entre um e três meses, ou seja, uma duração média são essencialmente Portugal, Indonésia e Geórgia, seguido do México e da Tailândia. Por último, os destinos que os nómadas optam por permanecer menos tempo, ou seja, menos de um mês, são a França, Brasil, Islândia, Indonésia, Costa Rica e Nova Zelândia.

Face a tudo isto e de forma geral, para que os destinos e os alojamentos turísticos consigam atrair nómadas digitais é impreterível que para além de oferecerem uma boa conexão de internet, todo o serviço oferecido acrescente valor ao quotidiano destas pessoas. Desta forma, criar áreas silenciosas para videochamadas ou videoconferências e disponibilizar zonas de lazer, livre de dispositivos tecnológicos para que os nómadas digitais se consigam desconectar e aliviar a pressão do trabalho são opções a ter em conta. Para além disto, apresentar atividades como aulas de culinária, *workshops* e atividades desportivas, assim como eventos especiais e locais que permitam aos nómadas estabelecer contactos com outros viajantes e com a comunidade local, evitando a solidão que se encontra associado a este estilo de vida, são aspetos essenciais que diferenciam e valorizam os locais (Figura 4) (Kelly & Arelano, 2021).

Figura 4: Estilo de Vida do Nómada Digital



Fonte: Elaboração Própria

Por último, o preço deve ser adaptado a este estilo de vida, uma vez que os nómadas digitais além de procurarem estadias mais longas, deparam-se com uma incerteza financeira que pode gerar ansiedade e inquietação. Assim, a melhor forma de combater este problema passa por oferecer modalidades de pagamento flexíveis ou descontos para pagamento antecipado (Kelly & Arelano, 2021).

3. METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO

O presente capítulo, destina-se ao desenvolvimento de uma descrição metodológica, tendo em conta os objetivos do estudo. Desta forma, foram identificados os instrumentos de recolha de dados, assim como as amostras de estudo e a metodologia aplicada. Posteriormente, serão apresentadas as técnicas utilizadas para o tratamento dos dados recolhidos.

3.1. Enquadramento Metodológico de Investigação

De acordo com Prodanov e Freitas (2013), a metodologia obedece a um conjunto de normas que possibilitam a seleção e a articulação de técnicas a fim de desenvolver o processo de verificação empírica, fornecendo assim uma orientação à pesquisa. Fortin (2009), reforça esta ideia afirmando que a metodologia se trata de um conjunto de técnicas que permitem o desenvolvimento do processo de uma investigação científica, dependendo do tipo de estudo que se pretende realizar.

Neste sentido, a metodologia qualitativa traduz-se numa metodologia de pesquisa não estruturada e baseada em pequenas amostras demonstrando diversas perceções do contexto de determinado problema (Malhotra, 2004). Esta abordagem analisa factos e fenómenos descritos por palavras e fundamenta-se no método indutivo (interpretação, observação e significado dos dados) ao contrário do método dedutivo utilizado na pesquisa quantitativa (Coutinho, 2011).

Assim sendo, a pesquisa qualitativa desenvolvida na presente investigação será dividida em duas etapas (análise descritiva e entrevistas), uma vez que este tipo de abordagem segundo Clark (2009), permite um entendimento de um determinado assunto através de uma discussão aberta, sem julgamentos, recorrendo a dados não numéricos.

Posto isto, um estudo descritivo tem como objetivo identificar características de um fenómeno de forma a obter-se uma visão geral de uma situação ou de uma população. De forma geral, um estudo descritivo tem como objetivo descrever com detalhe os factos de uma determinada realidade (Fortin, 2009).

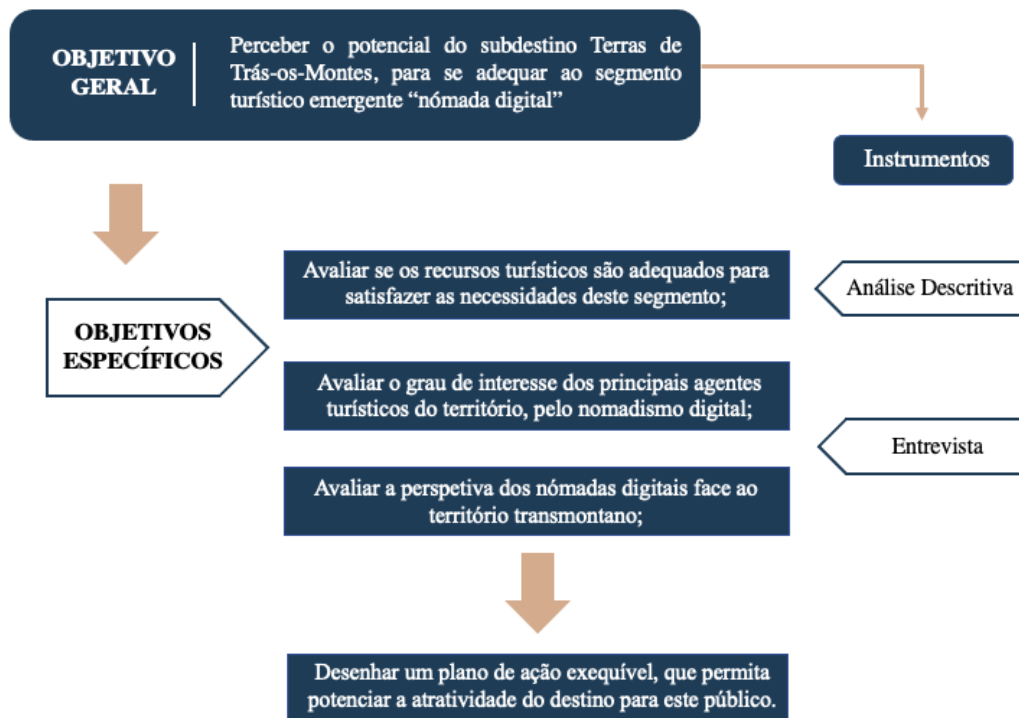
Por outro lado, a entrevista é um instrumento de recolha de informação que se caracteriza pelo contacto direto entre o entrevistador e o entrevistado, que exprime as suas perceções, interpretações e experiências tendo em vista o objetivo a alcançar (Leal, 2008). Já na perspetiva de Silverman (2013), este método permite uma melhor compreensão dos

fenómenos sociais e apresenta-se como o processo mais adequado para o presente estudo, onde se considera que ainda existe pouca informação e desenvolvimentos académicos. Assim sendo e de forma a obter um tratamento de dados mais sistemático, foram utilizadas questões predefinidas, uma vez que se trata de uma abordagem bastante completa na medida em que proporciona respostas comparáveis centradas no problema em estudo.

3.2. Objetivos de Estudo

O objetivo geral da presente investigação passa por perceber o potencial do subdestino Terras de Trás-os-Montes, para se adequar ao segmento turístico emergente “nómada digital”. De forma específica pretende-se: avaliar se os recursos turísticos localizados nesta região são adequados para satisfazer as necessidades inerentes a este segmento; o grau de interesse dos principais agentes turísticos responsáveis pelo desenvolvimento territorial, pelo produto turístico nomadismo digital; perceber a real perspetiva dos nómadas digitais face ao território transmontano e por último desenhar um plano de ação exequível, tendo em conta os *stakeholders* da região, que permita potenciar a atratividade do destino para este público (Figura 5).

Figura 5: Objetivos de Estudo



Fonte: Elaboração Própria

Neste sentido, na primeira fase de investigação será realizada uma análise descritiva aos empreendimentos turísticos situados nas Terras de Trás-os-Montes, presentes no RNT, de forma a identificar se estes estabelecimentos apresentam meios e recursos capazes de responder às necessidades exigidas pelo estilo de vida nómada digital. Por outras palavras, pretende-se averiguar se os empreendimentos turísticos dispõem de capacidade suficiente para suportar este novo público, e aferir se os estabelecimentos apresentam salas de reuniões e espaços de lazer (piscinas, golfe, ténis, etc).

Posteriormente, numa segunda etapa, e de forma a obter uma complementaridade dos dados recolhidos, irá recorrer-se à realização de entrevistas tanto aos gestores e responsáveis pelo planeamento turístico da região (responsáveis municipais e responsáveis pelos empreendimentos turísticos), como a nómadas digitais com conhecimento do território. O objetivo da realização da entrevista, no primeiro caso, passa por verificar o grau de interesse dos agentes turísticos no desenvolvimento do produto nomadismo digital, comparando as perspetivas e visões de cada um. No segundo caso, pretende-se avaliar o grau de satisfação deste público perante o território.

3.3. Instrumentos de Recolha de Dados e Sujeitos de Estudo

Os instrumentos de recolha de dados são recursos a que um investigador pode recorrer de forma a conhecer determinados fenómenos e retirar informação pertinente (Vilelas, 2009). Neste sentido, e de forma a responder aos objetivos previamente definidos, os instrumentos de recolha de dados utilizados foram a análise descritiva e a entrevista (métodos qualitativos).

Assim sendo, o estudo descritivo baseou-se, essencialmente, na recolha de dados no RNT acerca dos empreendimentos turísticos, relativos aos nove municípios da CIM-TTM no ano de 2021. Os dados foram exportados em Excel no dia 8 de novembro, e a análise realizou-se entre 8 e 18 de novembro de 2021. Uma vez que um dos objetivos passava por perceber se os empreendimentos turísticos presentes nos nove municípios detinham as condições adequadas para receber os nómadas digitais, contabilizaram-se, num primeiro momento, o número de empreendimentos em cada um dos municípios e o número de salas de reuniões. Posteriormente, estes dados foram separados e agrupados por capacidade superior ou inferior a 100, e foram calculadas as percentagens. Numa terceira etapa, e após se selecionar apenas os empreendimentos que continham salas de reuniões, os mesmos foram separados e agrupados tendo em conta a capacidade destas salas (superior ou inferior a 100). Por último, e tendo em conta apenas os empreendimentos que disponibilizavam salas de reuniões, contabilizaram-se todos os empreendimentos que dispunham adicionalmente de equipamentos de lazer (piscina, campo de ténis, golfe e ginásio), de forma a determinar quais dos municípios seriam mais favoráveis à implementação do produto turístico “Nomadismo Digital”.

Na segunda fase da investigação, recorreu-se a entrevistas semiestruturadas individuais, tendo sido definidas um conjunto de questões para diferentes entidades e sujeitos, com o objetivo de compreender o ponto de vista dos entrevistados relativamente à temática em estudo. Neste sentido, e embora tenham sido construídos três guiões distintos (apêndice 1) tendo em conta os objetivos de cada entrevista (responsáveis municipais, responsáveis dos empreendimentos turísticos e nómadas digitais), todos eles apresentavam questões em comum. Posto isto, e visto que a amostra em estudo era bastante extensa (nove municípios), e de forma a obter dados concretos, optou-se apenas por entrevistar entidades e sujeitos somente de três municípios. Assim sendo, e visto que se verificou que os nómadas digitais, apresentam uma maior preferência por locais acolhedores e silenciosos, excluíram-se todos os empreendimentos com capacidade superior a 100, e

selecionaram-se de seguida, apenas os três municípios com maior número de empreendimentos com capacidade inferior a 100 (Bragança, Miranda do Douro e Mirandela), como se pode ver nas tabelas 3 e 4.

Tabela 3: Instituições/Empresas Entrevistadas

Sujeitos	Entidade	Função	Nome	Município
Responsáveis dos Empreendimentos Turístico	Curral De L Tiu Pino (Agroturismo)	Gerente	António Carcão	Miranda do Douro
	Casal de Castro (Agroturismo)	Proprietário	Manuel Silva	Mirandela
	Pousada São Bartolomeu (Hotel)	Diretor Geral	António Gonçalves	Bragança
Responsáveis Municipais	Câmara Municipal de Bragança	Chefe de Divisão de Promoção Económica e Turismo	João Cameira	Bragança
	Câmara Municipal de Mirandela	Técnica de Turismo	Ana Almeida	Mirandela
	Câmara Municipal de Miranda do Douro	Técnico Superior de Marketing	Nelson Alves	Miranda do Douro

Fonte: Elaboração Própria

Neste contexto, foram entrevistados três responsáveis municipais e três responsáveis por empreendimentos turísticos (referentes a cada um dos três municípios). Enquanto os responsáveis municipais foram selecionados com base no papel que desempenham em cada uma das três câmaras municipais, a seleção dos empreendimentos turísticos baseou-se numa diversidade de critérios, devido à elevada amostra em estudo. Assim sendo, excluíram-se num primeiro momento todos os empreendimentos que não apresentavam salas de reuniões em cada um dos municípios, e de seguida filtrou-se apenas os que detinham espaços adicionais de lazer (piscina, ténis, golfe, ginásio, outros). Como a amostra ainda se mostrava significativa, optou-se posteriormente por selecionar o empreendimento com maior número de classificações no TripAdvisor (tabela 3).

Por último, e uma vez que se pretendia avaliar o grau de satisfação de nómadas digitais perante o território, contactaram-se seis nómadas digitais que já se encontraram hospedados em algum dos municípios pertencentes às Terras de Trás-os-Montes, no entanto, apenas três responderam (Tabela 4).

Tabela 4: Nómadas Digitais Entrevistados

Sujeitos	Profissão	Nome	Município
Nómadas Digitais	Professora de Ioga	Diana Carneiro	Bragança
	Fotógrafo de Natureza	Mário Cunha	Bragança
	Produtora Criativa	Maria Freitas	Bragança

Fonte: Elaboração própria

Todas as entidades e empresas foram contactadas previamente, por correio eletrónico ou contacto telefónico, onde foi feita uma apresentação pessoal, seguida da identificação da instituição de ensino e explicação da temática em estudo para posteriormente se solicitar ao responsável/sujeito a sua colaboração e o agendamento da entrevista. Foi assegurada a confidencialidade dos dados recolhidos, garantindo que os mesmos seriam utilizados unicamente para fins académicos.

No momento da entrevista, solicitou-se a autorização do entrevistado para gravar a conversa, assim como a sua identificação e a função que desempenhava na entidade. Com exceção das Câmaras Municipais de Mirandela e Miranda do Douro, que enviaram as respostas através do correio eletrónico, todas as entrevistas foram realizadas e gravadas através da plataforma ZOOM, face à distância física no momento da investigação. Uma vez que as questões da entrevista estavam predefinidas e não tinham tempo limite, no momento da transcrição para o processador de texto *Microsoft Word* foram ajustadas face às respostas obtidas. No total, foram realizadas nove entrevistas entre 26 de janeiro e 8 de fevereiro de 2022, com uma duração média de 17 min (Tabela 5).

Tabela 5: Informações Adicionais das Entrevistas

Número de Entrevistas	9
Tempo de duração máxima	1 h
Tempo de duração mínima	08 min 07 s
Realização das entrevistas	E-mail-2 Plataforma ZOOM- 7

Fonte: Elaboração Própria

3.4.Métodos e Técnicas de Tratamentos dos Dados

O método de análise relativamente à abordagem descritiva passou apenas pela recolha e análise dos dados exportados em Excel, a partir do RNT. No caso das entrevistas, as mesmas foram transcritas, de forma a facilitar a análise dos dados recolhidos, procedendo-se posteriormente a uma leitura detalhada dos dados obtidos, tendo-se

comparado e codificado as respostas por temáticas, tendo em conta a sua relevância para o estudo.

4. ESTUDO DE CASO: TERRAS DE TRÁS-OS-MONTES

4.1. Diagnóstico das Terras de Trás-os-Montes

As Terras de Trás-os-Montes são uma sub-região estatística de nível III (NUTS III), parte integrante da região do Norte e localiza-se no Nordeste de Portugal. Este território agrega nove concelhos pertencentes às NUTS III do Alto de Trás-os-Montes (Alfândega da Fé, Bragança, Macedo de Cavaleiros, Miranda do Douro, Mirandela, Mogadouro, Vila Flor, Vimioso e Vinhais), formando assim um agrupamento de municípios, que se denomina de Comunidade Intermunicipal das Terras de Trás-os-Montes (CIM-TTM) (CIM-TTM, 2021).

A CIM-TTM foi criada ao abrigo da Lei (n.º 75/2013, 12 de setembro)¹ que resultou da fragmentação da Comunidade Intermunicipal de Trás-os-Montes (Trás-os-Montes e Alto Tâmega), com o objetivo de executar os interesses comuns aos municípios, reforçar a cooperação intermunicipal e promover o desenvolvimento sustentado e integrado do território (CIM-TTM, 2021). Os nove municípios da CIM-TTM são constituídos por duas associações Municipais (Terra Fria e Terra Quente transmontana). A primeira trata-se da Associação de municípios da Terra Fria do Nordeste Transmontano (Bragança, Miranda do Douro, Mogadouro, Vimioso e Vinhais) e a segunda da Associação de municípios da Terra Quente Transmontana (Alfândega da Fé, Carraceda de Ansiães, Macedo de Cavaleiros, Mirandela e Vila Flor) (PEDITTM, 2020). A Terra Fria é constituída por relevos com uma altitude mais elevada e um clima mais frio e húmido, enquanto a Terra Quente apresenta relevos de altitude mais baixa e um clima mais quente e seco (CIM-TTM, 2021).

Segundo a CIM-TTM (2021), a sub-região das Terras de Trás-os-Montes abrange uma área de 5,544 km² e encontra-se geograficamente limitada a Norte e Este por Espanha, a sul pela Comunidade intermunicipal (CIM) do Douro e a Oeste pela CIM do Alto Tâmega. De acordo com a tabela 6, é possível perceber que a nível territorial o município de Bragança é aquele que se destaca, com uma área de 1,174 km², sendo aquele que

¹ Lei n.º 75/2013, de 12 de setembro-Estabelece o regime jurídico das autarquias locais, aprova o estatuto das entidades intermunicipais e estabelece o regime jurídico da transferência de competências do Estado para as autarquias locais e para as entidades intermunicipais e aprova o regime jurídico do associativismo autárquico

apresenta um maior número de freguesias (39). Por outro lado, Vila Flor apresenta menor área (266 km²) e Vimioso um menor número de freguesias (10).

Tabela 6: Caracterização Territorial, Administrativa e Demográfica da CIM-TTM

2020	Área (km ²)	Freguesias	População Residente (n ^o)	Densidade Populacional (n ^o / km ²)
Alfândega da Fé	322	12	4,521	14,0
Bragança	1,174	39	33,524	28,6
Macedo de Cavaleiros	699	30	14,468	20,7
Miranda do Douro	487	13	6,797	14,0
Mirandela	659	30	21,671	32,9
Mogadouro	761	21	8,339	11,0
Vila Flor	266	14	6,028	22,7
Vimioso	482	10	3,991	8,3
Vinhais	695	26	7,678	11,1
Terras de Trás-os-Montes	5,544	195	107,014	19,3
Norte	21,286	1,426	3,570,856	167,8
Portugal	92,226	3,092	10,297,081	111,7

Fonte: Elaboração própria, INE/Pordata (2021)

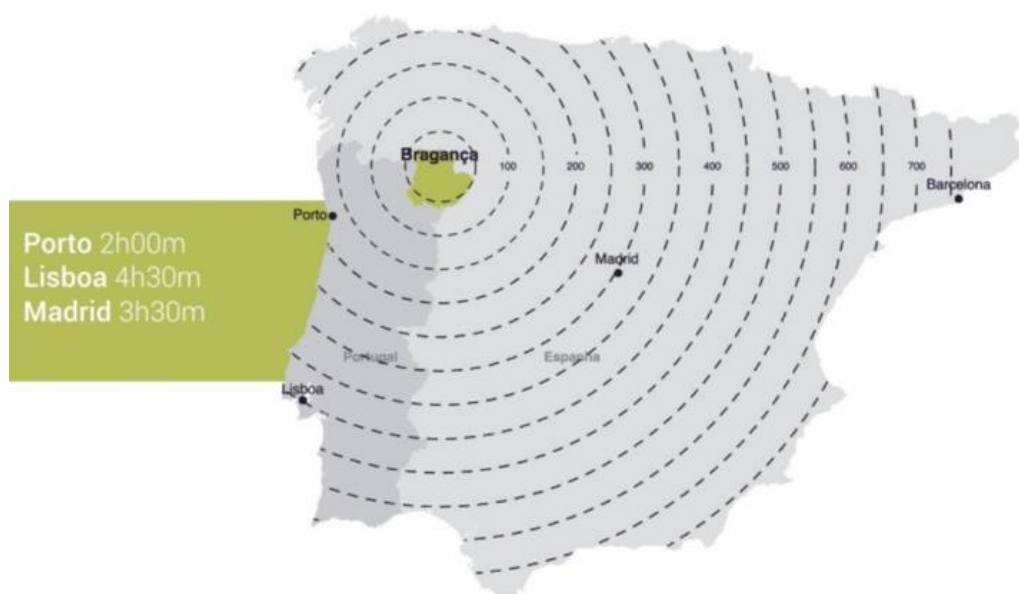
Em termos demográficos, e de acordo com a tabela 3, Bragança revela ser o município mais populoso da CIM-TTM com 33,524 habitantes, no entanto, Mirandela apresenta-se como o município com maior densidade populacional (32,9 habitantes por km²). Em contrapartida, o município de Vimioso mostra-se o menos populoso das Terras de Trás-os-Montes com 3,991 habitantes e com menor densidade populacional (8,3 habitantes/km²).

Por sua vez e em conformidade com os dados do Pordata (2021), referentes ao ano de 2020, a CIM-TTM apresenta um índice de envelhecimento (idosos por cada 100 jovens) de 308,0%, mostrando-se bastante superior à da média nacional (165,1%). Neste sentido e apesar de todos os municípios apresentarem um índice de envelhecimento acima da média nacional, os municípios de Mirandela (270,9%) e de Bragança (221,8%) são aqueles que apresentam um índice mais baixo, ou seja, a população é mais jovem do que nas restantes regiões.

As condições de mobilidade de um destino são uma das componentes mais importantes para o seu desenvolvimento, pela sua relevância nas atividades comerciais, turísticas e de garantia da qualidade vida diária da população residente. Atualmente as principais vias de comunicação e acesso à CIM-TTM dividem-se entre as ligações rodoviárias (IP2, A4/IP4, IC5, A52), aeroportuárias (Aeroporto Francisco Sá Carneiro no Porto e aeródromo de Bragança), ferroviárias (através da linha do Norte) e marítimas (através dos portos de Leixões e Viana do Castelo) (PEDITTM, 2020). A oferta de transportes públicos de passageiros é assegurada por serviços rodoviários, nomeadamente os serviços expresso, interurbano e urbano disponíveis nas cidades de Bragança e Mirandela (PAMUSTTM, 2016). É de salientar ainda, o aeródromo de Bragança, que contempla uma pista de 1700 metros de comprimento, intitulado-se a quarta maior pista de aviação civil do continente, podendo receber voos internacionais. Por outro lado, importa realçar que as infraestruturas ferroviárias mais perto da região situam-se em Espanha (Zamora, Puebla de Sanábria e A Gudiña) (TTM, 2021).

Para além disto, as Terras de Trás-os-Montes encontram-se na linha de fronteira com Espanha, posicionando-se inclusivamente mais próxima da capital espanhola (3h30 min) do que da portuguesa (4h30 min), como se pode ver na figura 6.

Figura 6: Localização Geográfica das Terras de Trás-os-Montes



Fonte: CIM-TTM (2021)

A rede de equipamentos de saúde trata-se de uma componente indispensável tanto para os residentes como para os visitantes, uma vez que satisfaz as suas necessidades primárias

e assume um papel fundamental na tomada de decisão turística. Neste sentido, e de acordo com os dados retirados da Pordata (2021), verificou-se que as Terras de Trás-os-Montes dispõe de quatro hospitais institucionais com serviços de urgência, entre os quais três públicos e um privado, distribuídos entre Bragança, Mirandela e Macedo de Cavaleiros. Para além disto, verificou-se a existência de nove centros de saúde divididos pelos nove municípios que constituem a comunidade intermunicipal.

Relativamente à cobertura de internet, e tendo em conta que este aspeto é um critério fundamental para os nómadas digitais, de acordo com a revisão de literatura, percebeu-se que no distrito de Bragança, existem ainda zonas sem cobertura 2G, onde nem sequer é possível realizar uma chamada de voz ou enviar um SMS. De acordo com um estudo realizado pela Autoridade Nacional de Comunicações (ANACOM), verificou-se que a maioria dos valores de cobertura do sinal se encontram num intervalo entre “Má/Inexistente” a “Muito Má”, ainda que existam casos de “Boa” ou “Muito Boa”. Assim sendo, constatou-se que as Terras de Trás-os-Montes apresentam uma cobertura bastante inferior à registada na região Norte, na medida em que, enquanto a mediana de *download* por Mbps na região Norte é de 52,7 (acessos fixos residenciais) e 6,2 (acessos móveis), o território transmontano apresenta apenas uma mediana de 42,1 (acessos fixos residenciais) e 7,3 (acessos móveis), no ano de 2020 (ANACOM, 2020).

4.2. Perfil Económico

A economia trata-se do estudo das atividades que envolvem a produção e a troca entre pessoas, a evolução global dos principais movimentos, tendência de preços, produto e emprego, a moeda, o juro, o capital e a riqueza. Estuda ainda a forma como as pessoas escolhem de entre recursos escassos, a produção dos vários bens, e os distribuem na sociedade para o consumo (Samuelson, 1975).

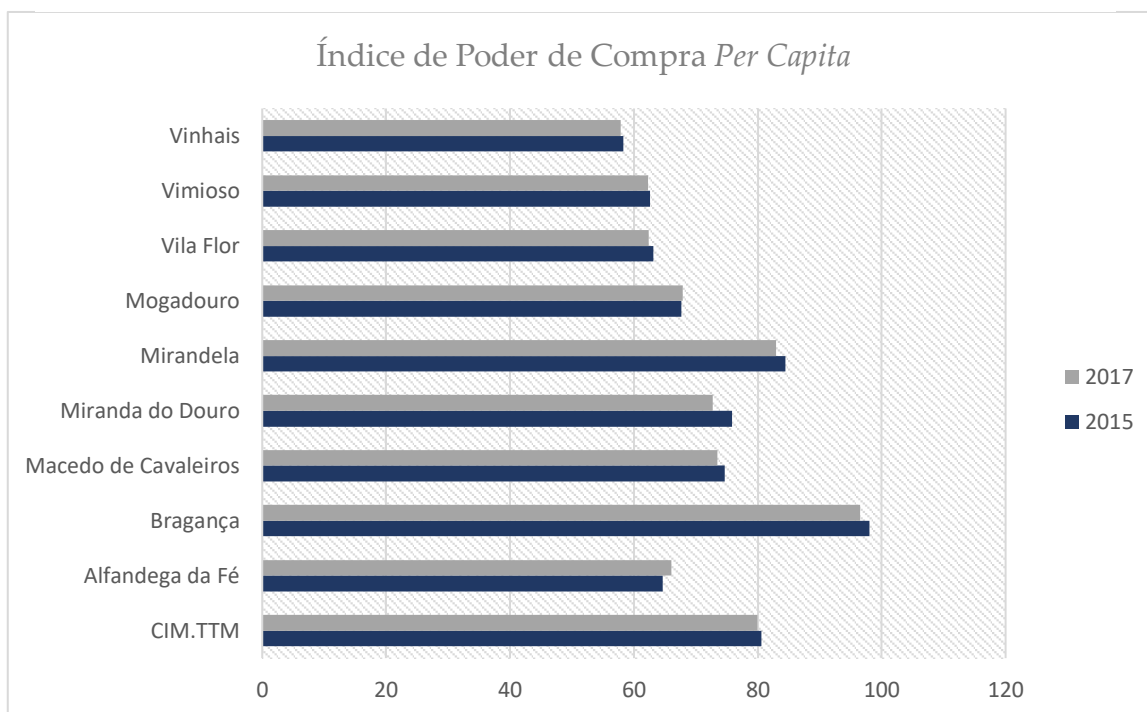
Neste sentido e devido à escassez de informação pública disponível que permitisse a definição de um perfil económico específico para a CIM-TTM, foram recolhidos os dados disponíveis no Instituto Nacional de Estatísticas (INE) e na plataforma Pordata. Neste contexto, e de acordo com os resultados provisórios das contas regionais de 2018 e 2019, apresentados pelo INE (2020), o produto interno bruto (PIB) nacional apresentou uma variação de 4,0% e real de 2,2%. Desta forma, é possível afirmar que todas as regiões portuguesas registaram um crescimento do PIB em termos reais, embora com intensidades diferentes.

Desta forma e segundo o INE (2020), o crescimento do PIB na região do Norte foi potenciado pelo desempenho do valor acrescentado bruto (VAB) nos diferentes setores de atividade, mais concretamente no ramo da indústria e energia, comércio, transporte, alojamento e restauração e estrutura produtiva.

Relativamente ao Índice Disparidade Regional do PIB *Per Capita*, por NUTS II (Portugal= 100%), a região Norte tem apresentado ao longo dos últimos anos um índice inferior à média nacional (cerca de 15%). Assim sendo e tendo em conta as NUTS III, no ano de 2018, a CIM-TTM registou um total de 77,2%. Assim, e apesar das Terras de Trás-os-Montes apresentarem uma discrepância significativa face à região Norte (85,4%), encontra-se numa posição superior à do Tâmega e Sousa (60,8%), Alto Tâmega (63,1%) e Douro (72,5%) (INE,2020).

O Índice de Poder de Compra *Per Capita* na CIM-TTM, representado no gráfico 1, demonstra que as Terras de Trás-os-Montes sofreram um decréscimo de cerca de 0,7% ao longo dos últimos anos (2015-2017). Nota-se ainda, que Bragança (96,5%) e Mirandela (83%) são os municípios com maior poder de compra *per capita*.

Gráfico 1: Índice de Poder de Compra Per Capita na CIM-TTM



Fonte: Elaboração Própria, INE/ Pordata (2021)

De acordo com os dados da CIM-TTM (2021), o setor primário (Agricultura, Produção Animal, Caça, Pesca e Floresta) apresenta uma dimensão significativa nas terras transmontanas, uma vez que, este se trata de um território com amplos recursos agrícolas

e florestais, sendo que o setor agroindustrial ocupa um lugar na economia da região. É de destacar ainda a produção de hortícolas e frutícolas (castanha, amêndoa, cereja, cogumelos e produção de azeites e vinhos), como também a produção pecuária de suínos, caprinos, ovinos e bovinos, assim como a transformação e comercialização dos produtos endógenos.

No que concerne ao tecido empresarial, e tendo em conta os dados oficiais do Pordata (2021), no ano de 2019, a CIM-TTM contava com 21 087 empresas, sendo 21 085, essencialmente, Pequenas e Médias Empresas (PME) e apenas duas de grandes dimensões. Posto isto, a tabela 7 evidencia a disparidade ao nível do número de empresas, pessoal ao serviço e volume de negócios de cada um dos municípios da sub-região.

Tabela 7: Tecido Empresarial da CIM-TTM

2019	Nº de Empresas (nº)	Trabalhadores ao serviço (nº)	Volume de Negócios (milhares)
Alfândega da Fé	1 153	1 463	49,447
Bragança	6 332	11 223	786,411
Macedo de Cavaleiros	3 103	4 573	199,960
Miranda do Douro	1 297	1 971	68,051
Mirandela	3 457	6 122	282,258
Mogadouro	1 938	2 623	92,670
Vila Flor	1 161	1 943	135,950
Vimioso	685	915	32,930
Vinhais	1 961	2 409	58,339
Terras de Trás-os-Montes	21 087	33 242	1 706,233

Fonte: Elaboração Própria, INE/Pordata (2021)

Na tabela 7, é possível verificar que Bragança se trata do município com maior número de empresas na CIM-TTM (6 332), número de trabalhadores ao serviço (11 223) e volume de negócios (786,411€), logo seguido de Mirandela. Em contrapartida, o município de Vimioso apresenta o menor número de empresas com 685 registadas, o menor número de trabalhadores ao serviço (915) e com um volume de negócios de apenas 32,930€ (Pordata, 2021).

4.3.Desempenho Turístico

O setor turístico tem vindo assumir-se como uma aposta essencial para a economia e para o desenvolvimento das regiões, pois trata-se de um mecanismo de promoção de um conjunto de atividades envolventes (Martins & Morais, 2016). Por sua vez, de acordo com Webster e Ivanov (2014), o turismo é um fenómeno universalmente reconhecido pelo seu impacto multiplicador, tanto a nível económico como social, cultural e ambiental, sendo inclusivamente visto como um motor de desenvolvimento regional e crescimento económico.

4.3.1. Oferta Turística

A região das Terras de Trás-os-Montes apresenta no seu território um vasto património cultural, histórico, natural, paisagístico e gastronómico (PEDITTM, 2020). As demonstrações de identidade e cultura genuína deste território, caracterizam-se pelas diversas festas e romarias, destacando-se as Festas de Inverno que começam antes do Natal com as Festas dos Rapazes (Festa de Santo Estevão) e se prolongam até ao Carnaval com o Entrudo Chocalheiro. As tradições passam ainda pelos Pauliteiros de Miranda e pela segunda língua oficial portuguesa, o Mirandês. O artesanato regional, composto por cestaria, cutelaria, tanoaria, tapetes e colchas em lã, máscaras de madeira ou latão, gaitas de fole e peças confeccionadas em burel, refletem a identidade e a autenticidade do território. De entre, o património histórico e edificado, destacam-se os museus, os monumentos e os seis castelos que constituíram a antiga estrutura defensiva da fronteira: Castelo de Bragança (classificado como monumento nacional), Castelo de Algosó em Vimioso, Castelo de Penas Róias no concelho de Mogadouro e o Castelo de Mogadouro, Castelo de Miranda do Douro e o Castelo de Vinhais (TTM, 2020).

Nas Terras de Trás-os-Montes, o património natural com as suas paisagens preservadas também é um aspeto diferenciador. O Parque Natural de Montesinho, o Parque Natural do Douro Internacional e o Parque Natural Regional do Vale do Tua combinam-se pela sua elevada qualidade ambiental e beleza paisagística. Para além disto, integram-se também nesta região, a maior Reserva Transfronteiriça da Biosfera (Reserva da Meseta Ibérica), o Geoparque das Terras de Cavaleiros, classificado pela Unesco, e a Paisagem Protegida da Albufeira do Azibo. Assim, a toda esta biodiversidade, juntam-se diversas propostas de agroturismo, e turismo rural, com atividades de turismo de aventura,

caminhadas, passeios de bicicleta, de burro e de barco, percursos pedestres e *birdwatching* (TTM, 2020).

A grande riqueza e variedade de produtos gastronómicos, para além de se assumir como um dos principais traços identitários da região, é um dos fatores que mais impulsionam os movimentos turísticos dos últimos anos. São 23, os produtos endógenos classificados pela União Europeia com denominação de origem protegida (DOP) e indicação geográfica protegida (IGP). A qualidade e autenticidade destes produtos variam entre as carnes, vinhos, frutos secos, fumeiro, queijos, mel e azeite (CIM-TTM, 2021; PEDITTM, 2020).

Para além do património a componente do alojamento assume-se como fundamental para satisfazer as necessidades turísticas. Neste sentido, e a partir da tabela 8 é possível constatar-se que no ano de 2020, o município de Bragança foi aquele que mais se destacou em número, quarto e capacidade de alojamento (camas). Contudo, e apesar de Miranda do Douro contar com 16 alojamentos, a sua capacidade de camas e quartos é ultrapassada por Mirandela, o que significa que embora existam menos estabelecimentos em Mirandela, o município apresenta uma maior capacidade de albergue.

Tabela 8: Alojamentos Turísticos

Alojamento Turístico			
2020	Número	Capacidade (camas)	Quartos
Alfandega da Fé	3	80	42
Bragança	33	1 521	685
Macedo de Cavaleiros	13	264	115
Miranda do Douro	16	436	194
Mirandela	11	569	248
Mogadouro	6	108	53
Vila Flor	8	188	92
Vimioso	6	96	46
Vinhais	4	104	49
Terras de Trás-os-Montes	100	3 366	1 524

Fonte: Elaboração própria, INE/Pordata (2021)

De acordo com Cunha e Abrantes (2013), a Animação turística constitui-se por todas as atividades que têm como objetivo melhorar ou aumentar a atratividade de um destino, ocupar tempos livres ou satisfazer as necessidades e experiências durante a estadia de qualquer visitante. Assim sendo, e em conformidade com os dados do RNT (2021), o concelho de Mirandela é constituído por cinco agentes de animação turística (três empresas de animação turística e dois operadores marítimo-turístico) licenciadas pelo Turismo de Portugal, I.P. que por sua vez oferecem atividades de turismo de ar livre/turismo de natureza e aventura e atividades de turismo cultural/*touring* paisagístico e cultural, como se pode visualizar na tabela 9.

Tabela 9: Agentes de Animação Turística e Agências de Viagens e Turismo

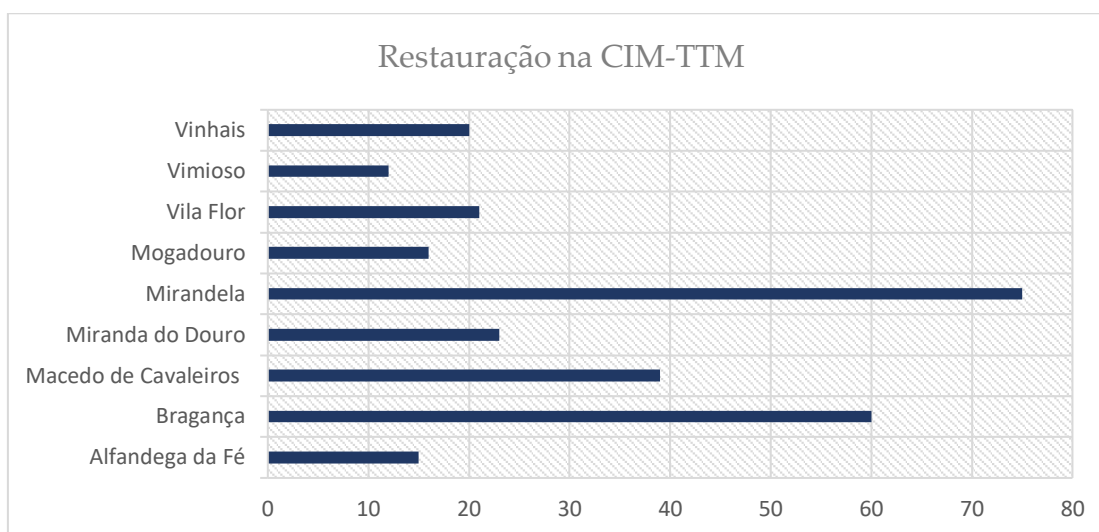
	Empresas de Animação Turística	Operadores Marítimo-Turísticos	Agências de Viagens e Turismo
Alfândega da Fé	0	0	0
Bragança	13	0	10
Macedo de Cavaleiros	7	0	3
Miranda do Douro	6	0	0
Mirandela	4	1	8
Mogadouro	2	1	1
Vila Flor	3	1	1
Vimioso	3	0	0
Vinhais	1	0	1
Total (66)	39	3	24

Fonte: Elaboração própria, RNT (2021)

Posto isto, verifica-se que as Terras de Trás-os-Montes detêm um total de 66 agências e empresas ligadas ao entretenimento e à animação turística, sendo de destacar o município de Bragança com um total de 13 empresas de animação turística e 10 agências de viagens e turismo.

Por outro lado, ao nível da restauração e uma vez que a gastronomia é considerada como a “nona arte”, segundo Sampaio (1939) e uma prática cultural, tem a capacidade de se tornar um fator de atração determinante.

Gráfico 2: Restauração na CIM-TTM



Fonte: Elaboração Própria, adaptado dos dados da CMAF, CMM, CMM, CMMC, CMV, CMVF, CMV, CMB e CMMD (2021)

Deste modo, a partir das informações retiradas das câmaras municipais de todos os municípios e retratadas no gráfico 2, é possível perceber que o município de Mirandela é aquele que mais se destaca, superando inclusive os municípios de Bragança e Macedo de Cavaleiros, oferecendo um vasto leque de opções gastronómicas. Já a tabela 10, evidencia o conjunto de espaços dedicados à arte, cultura e educação existentes no território transmontano.

Tabela 10: Espaços Culturais da CIM-TTM

	Museus/ Centros interpretativos	Bibliotecas	Centros Culturais
Alfândega da Fé	1	1	1
Bragança	11	1	1
Macedo de Cavaleiros	9	1	1
Miranda do Douro	1	1	1
Mirandela	7	1	1
Mogadouro	2	1	1
Vila Flor	3	1	1
Vimioso	1	1	1
Vinhais	12	1	1
CIM-TTM	46	9	9

Fonte: Elaboração própria, CMAF, CMM, CMM, CMMC, CMV, CMVF, CMV, CMB e CMMD (2021)

De entre os nove municípios que constituem as Terras de Trás-os-Montes, Vinhais é aquele que mais se destaca ao nível do número de museus e centros interpretativo existentes, sendo inclusivamente superior ao município de Bragança.

4.3.2. Procura Turística

Cunha (2013) refere que a procura turística não se resume apenas ao consumo de bens e serviços produzidos pelas empresas turísticas, uma vez que, engloba uma ampla variedade de outros bens e serviços destinados aos residentes. Desta forma, todos os bens e serviços adquiridos pelos visitantes durante as suas viagens se enquadram na procura turística.

Assim sendo de acordo com os dados adquiridos através da Pordata (2021), referenciados na tabela 11, e visto que foram excluídos todos os dados relativos aos anos de 2020 e 2021 face à anormalidade provocada pela pandemia COVID-19, é clara a perceção de que Bragança, Miranda do Douro e Mirandela foram os municípios que registam um maior número de hóspedes, dormidas e proveitos no ano de 2019. De forma geral, todos os municípios apresentam uma variação positiva ao nível de hóspedes, dormidas e proveitos totais entre 2014 e 2019, sendo de destacar o município de Vinhais que registou o maior crescimento em todas as variáveis apresentadas. Por outro lado, Mogadouro assumiu-se como o município com o menor crescimento nestes cinco anos. Na generalidade, é possível afirmar que o ano de 2019 cresceu mais de 50% ao nível de hospedes, 70% ao nível das dormidas e 89% ao nível dos proveitos.

Tabela 11: Indicadores da Procura Turística nos Concelhos da CIM-TTM

2019	Hóspedes (milhares)		Dormidas (milhares)		Proveitos Totais (milhões-€)	
	Valor	Var 19/14%	Valor	Var 19/14%	Valor	Var 19/14%
Alfândega da Fé	10,031	16,6	14,931	3,4	687	5,4
Bragança	73,699	55,9	111,434	78,6	4,577	207,8
Macedo de Cavaleiros	8,934	78,3	14,061	79,5	1,043	263,4
Miranda do Douro	28,937	91,2	38,640	108,1	1,736	78,4
Mirandela	24,719	25,5	42,538	50,7	1,196	80,9
Mogadouro	3,326	29,0	6,871	16,6	305	11,7
Vila Flor	3,898	88,8	5,945	9,3	216	67,4

Vimioso	2,042	115,2	3,388	110,6	572	70,7
Vinhais	6,974	390,2	10,633	519,0	310	219,6
Total	162,560	58,2	248,441	70,0	10,643	89,8

Fonte: Elaboração Própria, INE/Pordata (2021)

A tabela 12, diz respeito à permanência média dos turistas entre 2014 e 2019. Assim sendo, a partir dela é perceptível que de forma geral o município de Mogadouro é aquele onde os turistas permanecem mais tempo, cerca de duas noites, logo seguido de Mirandela e Vimioso. Ao nível dos turistas estrangeiro é Mogadouro, Macedo de Cavaleiros e Mirandela, quem mais se destaca relativamente à estada média.

Tabela 12: Estada Média nos Concelhos da CIM-TTM

	Estada Média					
	Nacionais		Estrangeiros		Total	
	2014	2019	2014	2019	2014	2019
Alfandega da Fé	1,7	1,5	1,6	1,9	1,7	1,5
Bragança	1,3	1,5	1,3	1,7	1,3	1,5
Macedo de Cavaleiros	1,4	1,5	2,0	2,3	1,5	1,6
Miranda do Douro	1,2	1,3	1,4	1,5	1,2	1,3
Mirandela	1,4	1,7	1,5	2,2	1,4	1,7
Mogadouro	1,1	1,8	1,5	3,1	1,2	2,1
Vila Flor	...	1,5	...	1,9	...	1,5
Vimioso	...	1,6	...	1,9	...	1,7
Vinhais	...	1,5	...	1,8	...	1,5
CIM-TTM	1,3	1,5	1,4	1,7	1,4	1,5

Fonte: Elaboração própria, INE/Pordata (2021)

De forma geral, e com exceção de Alfandega da Fé, todos os municípios registaram um crescimento significativo nos últimos 5 anos. De acordo com a Estratégia de Marketing Turístico do Porto e Norte de Portugal, os principais mercados emissores das Terras de Trás-os-Montes são essencialmente Portugal, Espanha, França, Brasil, Alemanha, Reino Unido, Itália, Países Baixos, EUA, Bélgica e Suíça (EMTPNP, 2020).

Por último, e de acordo com os dados obtidos a partir PMTTM (2015), os elementos centrais que estimulam a procura pelas Terras de Trás-os-Montes são a natureza e a saúde e bem-estar. Neste sentido, o público-alvo da CIM-TTM divide-se entre os turistas contemplativos (turistas com idades igual ou superior a 50 anos) e turistas ativos (turistas

com idades igual ou superior a 35 anos). Assim sendo, e enquanto no caso do primeiro segmento a motivação é, essencialmente, o relaxamento, o descanso, os produtos de excelência e o conforto, no segundo é o meio rural, a cultura local e a necessidade de interação com a comunidade local. De forma geral, são turistas de classe média alta e alta com habilitações elevadas.

5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

O presente capítulo de investigação dedica-se à apresentação dos resultados obtidos, face à análise realizada ao RNT, tendo em conta a capacidade, meios e recursos disponibilizados pelos empreendimentos turísticos situados nas Terras de Trás-os-Montes. Para além disto, serão também expostos os resultados das diversas entrevistas aplicadas às diversas entidades referidas no momento da metodologia.

5.1. Análise Descritiva

De acordo com o RNT, consultado a 8 de novembro de 2021, verificou-se que as Terras de Trás-os-Montes detêm um total de 199 empreendimentos turísticos. Contudo e visto que foram excluídos oito parques de campismo e caravanismo, a amostra em estudo centra-se apenas em 191 empreendimentos, como se pode ver a partir da tabela 13.

Tabela 13: Empreendimentos Turísticos

2021	Nº de Empreendimentos Turístico	Nº de Empreendimentos Turístico c/ sala de reuniões
Alfandega da Fé	14	2
Bragança	60	16
Macedo de Cavaleiros	17	3
Miranda do Douro	32	8
Mirandela	25	5
Mogadouro	7	0
Vila Flor	14	3
Vimioso	10	4
Vinhais	12	1
CIM-TTM	191	42

Fonte: Elaboração Própria, a partir do RNT (2021)

A análise ao RNT, permitiu concluir que dos nove municípios que integram a CIM-TMM, Bragança, Miranda do Douro e Mirandela são aqueles que mais se destacam relativamente ao número de empreendimentos turísticos, sendo, portanto, também os concelhos que apresentam um maior número de empreendimentos turísticos com salas de reunião. Já

Mogadouro e Vimioso, assumem-se como os concelhos com menor número de oferta ao nível dos alojamentos. Importa ressaltar que embora existam 191 empreendimentos espalhados pelo território transmontano, só há 42 salas de reuniões, encontrando-se a maioria no município de Bragança (16).

Por outro lado, dos 191 empreendimentos apenas três apresentam uma capacidade total superior a 100, o que se traduz em apenas 24%. Neste sentido, e visto que a maioria dos municípios não apresenta (NA), capacidade para mais de 100 pessoas, deduz-se que a maioria dos empreendimentos das Terras de Trás-os-Montes (76%) apresentam pequenas dimensões dispoendo em média de 15 camas. De forma geral, a CIM-TTM tem capacidade para albergar 3 797 pessoas (Tabela 14).

Tabela 14: Capacidade Total dos Empreendimentos Turísticos

2021	Capacidade > 100 (n= 3)		Capacidade < 100 (n=188)		CIM-TTM	
	Valor	%	Valor	%	Valor	%
Alfandega da Fé	NA	...	165	4,3	165	4,3
Bragança	638	16,8	849	22,4	1 487	39,2
Macedo de Cavaleiros	NA	...	261	6,9	261	6,9
Miranda do Douro	NA	...	629	16,6	629	16,6
Mirandela	258	6,8	398	10,5	656	17,3
Mogadouro	NA	...	104	2,8	104	2,8
Vila Flor	NA	...	205	5,4	205	5,4
Vimioso	NA	...	125	3,3	125	3,3
Vinhais	NA	...	165	4,3	165	4,3
CIM-TTM	896	23,6	2 901	76,4	3 797	100

Fonte: Elaboração Própria, a partir do RNT (2021)

Relativamente, à capacidade das salas de reunião, verificou-se que dos 191, apenas 42 dos empreendimentos turísticos contam com salas de reuniões, o que representa apenas 22% da amostra total (Tabela 15).

Tabela 15: Capacidade Total das Salas de Reuniões dos Empreendimentos Turísticos

2021	Capacidade > 100 (n= 8)	Capacidade < 100 (n=34)	CIM-TTM (n= 42)
Alfandega da Fé	NA	110	110
Bragança	2 000	190	2 190
Macedo de Cavaleiros	NA	152	152
Miranda do Douro	NA	155	155
Mirandela	100	48	148
Mogadouro	NA	NA	NA
Vila Flor	NA	52	52
Vimioso	100	20	120
Vinhais	NA	30	30
CIM-TTM	2 200	757	2 957

Fonte: Elaboração Própria, a partir do RNT (2021)

Posto isto, constatou-se que uma vez mais, é Bragança quem domina, com uma capacidade para 2 190 pessoas, distribuídas pelas 16 salas de reuniões existentes. Importa referir que seis dessas mesmas salas possuem capacidade superior a 100, conseguindo, portanto, suportar 2 000 pessoas. Para além de Bragança, Mirandela e Vimioso também se destacam, apresentando cada um deles um empreendimento com uma sala de reunião com capacidade para suportar 100 pessoas.

A tabela 16, oferece uma complementaridade, na medida em que fornece uma visão dos serviços acessórios, para além das salas de reuniões, com capacidade para gerar valor ao consumidor.

Tabela 16: Empreendimentos Turísticos com Equipamentos Dedicados ao Lazer na CIM-TTM

2021	Piscina Exterior	Piscina Interior	Ténis	Ginásio
Alfandega da Fé	1	1	1	1
Bragança	17	0	3	2
Macedo de Cavaleiros	9	0	2	0
Miranda do Douro	12	0	1	0

Mirandela	13	0	1	1
Mogadouro	2	0	0	1
Vila Flor	7	0	1	0
Vimioso	4	0	0	0
Vinhais	1	0	0	1
CIM-TTM	66	1	9	6

Fonte: Elaboração Própria, a partir do RNT (2021)

Assim sendo, os resultados obtidos demonstraram que do total dos 191 empreendimentos presentes dentro das fronteiras transmontanas, apenas 66 apresentam piscina exterior, sendo que a maioria se encontra em Bragança e Mirandela. Apenas um estabelecimento conta com piscina interior (Alfandega da Fé), nove detêm campo de ténis e somente seis possuem ginásio.

No entanto, e tendo em conta os 42 empreendimentos turísticos que disponibilizam sala de reunião, verificou-se que apenas 20 contemplam piscina exterior e apenas um possui piscina interior. O ginásio e o campo de ténis também não são investimentos frequentes neste território, visto que apenas se somam quatro espaços destinados ao fitness e três ao ténis.

5.2. Entrevistas

Após a análise dos conteúdos das entrevistas, é fundamental avaliar os resultados obtidos tendo em conta os objetivos iniciais da investigação. Assim, e de forma a obter-se uma perceção mais consistente e clara, sem exclusão de qualquer ponto de vista, foram cruzadas as informações das nove entrevistas. No entanto, e embora os entrevistados tenham sido identificados, na fase da metodologia, optou-se por agrupar as entrevistas e codificar por tipologia, ou seja, o grupo A, dedica-se às entrevistas relativas aos responsáveis municipais, o grupo B aos empreendimentos turísticos e o grupo C aos nómadas digitais, de forma a manter uma certa privacidade e objetividade aos dados recolhidos.

5.2.1. Responsáveis Municipais

A partir da análise de conteúdo ao grupo A, ficou bastante claro que o segmento turístico nomadismo digital se encontra em crescimento, face à pandemia COVID-19 e às mais recentes evoluções tecnológicas, e, portanto, poderia ser um bom mercado apostar no território “(...) por este ser um nicho de mercado em claro crescimento, acho que pode e deve ser uma aposta nas Terras de Trás-os-Montes” (Entrevistado A3). Neste sentido, e apesar de, de uma forma geral se ter percebido que o território transmontano detém de condições necessárias capazes de atrair e responder às necessidades dos nómadas digitais, ou seja, apresentar uma natureza envolvente, gastronomia de qualidade, um custo de vida baixo e segurança, ainda se trata de um território com bastantes condicionantes associadas, sendo a ligação à internet o principal fator deficitário:

“(...) temos uma boa natureza envolvente, temos aldeias disponíveis para acolher os nómadas digitais que procuram a tranquilidade, o contacto com a natureza para também reforçar a criatividade e permite-lhes o contacto com a comunidade local e com o meio rural. Acho que a única condicionante, neste momento, são as novas autoestradas de comunicação que é a ligação à internet.” (Entrevistado A1)

“Acredito que as Terras de Trás-os-Montes, pelas suas características únicas, nomeadamente, pelo custo de vida, segurança, clima, gastronomia, património natural e cultural, possuem um enorme potencial de atrativo para receber estes nómadas digitais. (...) Talvez por este nomadismo digital ser ainda um conceito relativamente recente, as cidades de reduzida e média dimensão como as que temos em Trás-os-Montes ainda não olham para esta possibilidade como uma real oportunidade para crescer e assim alavancarem a sua economia local por via da inovação e da criatividade” “(...) existem grandes assimetrias, havendo muitos locais com boa qualidade de internet e rede móvel e outros onde a mesma é bastante deficitária.” (Entrevistado A3)

“Entendo que a cobertura é satisfatória quando nos encontramos em áreas mais centrais e altas. Contudo, em zonas mais rurais e distantes dos centros da cidade pode haver alguns problemas de falha de rede, embora exista cobertura de rede.” (Entrevistado A2)

Assim sendo, e tendo em conta as carências associadas aos territórios de baixa densidade, como é o caso das Terras de Trás-os-Montes, os entrevistados consideraram que são inúmeras as vantagens em inserir nómadas digitais no local, sendo a mais destacada o repovoamento das aldeias:

“A vantagem, de facto, é haver um repovoamento das aldeias, com jovens, casais e famílias que trazem com eles uma nova dinâmica e por consequência pode trazer novos serviços e novas atividades (...).” (Entrevistado A1)

“Uma das grandes vantagens em desenvolver este segmento turístico, poderá passar pelo seu contributo no combate ao despovoamento no nosso território, que é transversal a todo o interior do nosso país, uma vez que, este nomadismo profissional permite a possibilidade de explorar uma cultura local como semi-residente (...).” (Entrevistado A3)

Nesta base, ficou bastante claro o interesse, por parte deste grupo, no desenvolvimento de iniciativas, estratégias e criação de projetos que visem a captação e a inserção deste mercado no território transmontano. Para além do município de Bragança já ter desenvolvido um projeto focado, especificamente, no nomadismo digital “Bragança Liberdade para Recomeçar”, e pretender dar-lhe continuidade, ao longo dos próximos anos, os municípios de Mirandela e Miranda do Douro têm também vindo a investir na criação de espaços de *coworking*:

“A nossa ideia é continuar a desenvolver este mesmo projeto todos os anos (...).” (Entrevistado A1)

“(...) a autarquia está disponível para criar condições convidativas a este nicho de mercado. Neste momento a autarquia oferece espaços *coworking*. Estes espaços de trabalho estão disponíveis para empresas ou trabalhadores de vários setores.” (Entrevistado A2)

“(..) o município disponibiliza um espaço de *coworking*, dotado de condições físicas, equipamento de apoio e com acesso à internet, que podem ser partilhadas pelos cidadãos (sejam eles nómadas digitais ou não) para trabalhar (...).” (Entrevistado A3)

Por último, a entrevista ao grupo A, tornou perceptível a necessidade de investimentos, na criação de infraestruturas e condições capazes de viabilizar a implementação deste nicho no território, uma vez que para além das falhas ao nível da internet, constatou-se que o mercado de arrendamento, em meio rural, ainda não tem capacidade para responder a este tipo de procura. Face a tudo isto, foi sugerido um reforço ao nível do serviço da internet e rede móvel, e criação de projetos relacionados ao mercado imobiliário e infraestruturas dedicadas ao *coworking* e ao *coliving*:

“Implementar um programa integrado ao nível dos nove municípios das Terras de Trás-os-Montes, e todos os anos lançar um concurso para receber nómadas digitais, dois ou três por concelho, e eventualmente criar um projeto de

dinamização do mercado de arrendamento e venda em meio rural (...).” (Entrevistado A1)

“(...) entendo ser necessário reforçar os meios de comunicação, principalmente nas áreas rurais de modo que tenham o mesmo nível que existe nos meios urbanos.” (Entrevistado A2)

“(...) seria fundamental conseguir melhorar a qualidade do serviço de internet e redes móveis (...)”. “Depois, creio que seria importante apostar na criação de projetos, destinados especificamente para este segmento turístico, que poderiam passar pela criação de mais espaços de *coworking* e mesmo de espaços de *coliving* (...)” (Entrevistado A3)

5.2.2. Empreendimentos Turísticos

A partir da análise ao grupo B percebeu-se que, de forma geral Trás-os-Montes parecem apresentar o potencial necessário para receber os nómadas digitais, de acordo com os sujeitos entrevistados, especialmente porque estamos numa era totalmente digital, e onde a pandemia alavancou, consideravelmente, o teletrabalho:

“(...) estamos a caminhar cada vez mais para um mundo mais digital e a própria pandemia acabou por alavancar muito este segmento e tornou-se cada vez mais comum trabalhar a partir de casa. Para além disto, seria uma ótima forma de combater a sazonalidade.” (Entrevistado B2)

“Considero que todos os segmentos que venham fortalecer o turismo da região são bem-vindos, e acredito que fruto dos tempos que correm, o nómada digital é cada vez mais um segmento apetecível, até porque com a pandemia, uma grande percentagem de empresas optou por teletrabalho.” (Entrevistado B3)

Quando questionados, acerca das condições existentes em Trás-os-Montes para receber o nomadismo digital, verificaram-se algumas divergências nas respostas, na medida em que, apesar do entrevistado B1 considerar que existem condições, especialmente para “(...) quem quer fugir do stress do quotidiano e da massificação (...)”, os restantes consideraram que ainda existem demasiadas condicionantes “(...) Trás-os-Montes ainda tem muita falta de investimento, particularmente, ao nível do turismo e principalmente da parte dos residentes que são os primeiros a investir fora (...)” (Entrevistado B2) “(...) Terras de Trás-os-Montes não tem sequer sinal capaz de captar um telemóvel, muito menos capaz de captar um 4G ou 5G, portanto acho que este facto acaba por responder à sua questão.” (Entrevistado B3)

Relativamente à internet, percebeu-se a existência de assimetrias, uma vez que existe uma boa cobertura em determinados locais, no entanto ainda existem muitas zonas onde não se consegue captar qualquer sinal de rede:

“(…) acho que em 60% do território temos uma ligação à internet bastante razoável, mas existe determinadas zonas, especialmente, nas aldeias mais remotas, ainda há umas lacunas que têm de ser resolvidas (…)” (Entrevistado B1)

“Nem é boa nem é má, é péssima. Efetivamente já melhorou depois da MEO ter feito um investimento nas Terras de Trás-os-Montes, e acho que agora a cobertura já se pode considerar aceitável, mas está longe de ser excelente.” (Entrevistado B2)

“Não, claramente não existe cobertura suficiente. Este facto acaba por ser uma grande condicionante para os nómadas digitais.” (Entrevistado B3)

Por sua vez, denotou-se uma falta de consenso, quando se questionou acerca das vantagens de inserir nómadas digitais no território transmontano, a nível empresarial. Tendo-se verificado que enquanto uns consideram que o segmento turístico poderia tornar-se “(…) numa forma de combater a sazonalidade (…)” (Entrevistado B3), outros consideram que ainda existe muita coisa a ser feita, “(…) as pessoas em Trás-os-Montes não são cooperativas, são desconfiadas e acho impossível criar condições de relacionamento e de internacionalização, porque os transmontanos são bastantes arrogantes, não são proativos e não há cultura empresarial, portanto acho que poderia criar-se conflito.” (Entrevistado B2)

Apesar de tudo isto, e de forma genérica, todos os entrevistados demonstraram interesse em alojar este novo segmento turístico, afirmando que detêm as condições necessárias para os receber e demonstrando uma predisposição para criar estratégias e pacotes que se adaptem ao seu estilo de vida, nomeadamente um ajuste ao preço, em conformidade com o tempo de estadia, ou uma disponibilização de um espaço para reuniões ou trabalho:

“Acho que é dos poucos que tem, somos um turismo rural muito humilde, casa de família que foi restaurada, temos casas pequenas onde a privacidade, a nossa qualidade da internet é bastante boa, dispomos de salas de reunião, embora nunca tenha sido solicitada, estão ao dispor de qualquer hóspede. Para além disso, daqui a dois anos irei ter o dobro da capacidade que detenho neste momento”. “(…) seria interessante ajustar o preço, mediante o tempo de estadia, ou seja, oferecer preço/qualidade a quem o procura (…)”. “Seria interessante criar atividades para dinamizar a estadia, e ocupar os tempos livres dos nómadas(…)” (Entrevistado B1)

“Sim, dispomos de uma conexão à internet, temos piscina, um ginásio e servimos apenas o pequeno-almoço, mas na aldeia existem restaurantes acessíveis para as refeições principais”. “Primeiramente faríamos uma adaptação ao preço mediante a duração da estadia e poderiam criar-se pacotes específicos.” (Entrevistado B2)

“Considero que tenha algumas condições, nomeadamente o acesso gratuito à rede móvel, tem alguma centralidade no que diz respeito à cidade, e temos salas de reuniões e salas de estar, capazes de fazer face às necessidades do nómada”. “(...) estou a desenvolver um projeto para tentar chegar a outros públicos, e este com certeza será um deles (...).” (Entrevistado B3)

Por último, foram sugeridas algumas ideias de forma adequar o território às necessidades dos nómadas digitais, tendo sido referido um acordo entre as diferentes operadoras que operam no território, de forma a melhorar a cobertura da internet, o desenvolvimento de atividades na época baixa, com o objetivo de dinamizar a oferta turística e a promoção de parcerias entre entidades públicas e privadas, de maneira que se pudessem oferecer as melhores comodidades e atividades a este público.

“(…) Seria muito interessante criar uma iniciativa, ou seja, promover uma parceria com as entidades privadas (empreendimentos turísticos) de forma a atrair os nómadas, oferecendo-lhe as comodidades necessárias e atividades externas que lhes ocupasse os tempos livres (exemplos: *workshops*, aulas da língua mirandesa).” (Entrevistado B1)

“Acho que existe muita falta de oferta turística no inverno, o que acaba por condicionar as pessoas que pretendem realizar atividades de lazer durante a estadia.” (Entrevistado B2)

“Se as diferentes operadoras conseguissem chegar a acordo, juntamente com as autarquias, e criarem quase uma teia de comunicação que abrangesse o território todo, seria muito benéfico não só para este público, mas também para a comunidade em geral. Talvez criar algumas estruturas *coworking* na cidade, mas principalmente resolver o problema da rede.” (Entrevistado B3)

5.2.3. Nómadas Digitais

Contrariamente aos grupos A e B, as entrevistas ao grupo C, tinham como intuito perceber o lado da procura, ou seja, a perspetivas dos nómadas digitais relativamente ao território transmontano. Neste sentido, a partir das suas respostas constatou-se que apesar deste segmento turístico considerar que Trás-os-Montes detêm das condições necessárias para trabalharem remotamente, ainda existem condicionantes, como a questão dos transportes

e da internet, o que por sua vez, corrobora com as conclusões obtidas, a partir das entrevistas aos grupos A e B:

“(…) o sítio onde nós estivemos, especificamente, tinha uma boa conexão à internet, e isso é essencial para trabalhar remotamente e ficamos numa aldeia muito pacata, que é essencial para trabalhar, porque há poucas distrações e o próprio ambiente é muito relaxante. A nível de produtividade achei que foi muito benéfico.” (Entrevistado C1)

“(…) não há transportes, e para que a minha filha pudesse ir para a escola eu tinha de perder muito tempo.” (Entrevistado C2)

“(…) acho que a internet poderia ter sido um pouco melhor, mas não sei se o problema era da zona, da propriedade onde nós ficamos.” (Entrevistado C3)

Quando questionado acerca dos aspetos que motivaram a escolha de Trás-os-Montes, verificou-se que os pontos mais mencionados foram a natureza, a tranquilidade, o facto de ser um local desconhecido e remoto, a privacidade e a gastronomia. Para além disto, e de forma geral, todos os entrevistados afirmaram que foram bem acolhidos pela comunidade e se integraram bem:

“O facto de ser um local remoto e longe de onde eu moro, o facto de ser um local desconhecido, a comida que ouvir dizer que era ótima e eu tinha muita curiosidade e pela natureza. No fundo pelo facto de ser totalmente diferente de Lisboa.” (…)
“Integramo-nos bem, mas a verdade é que não foi como estávamos à espera. Não sei se fomos nós que não saímos o suficiente, mas não criamos relação com muita gente. As poucas pessoas com quem criamos laços em Rossas eram amigas dos proprietários da casa onde ficamos. Contudo, em Bragança a experiência foi totalmente diferente, as pessoas vinham falar connosco e mostravam interesse.” (Entrevistado C3)

“É um local muito tranquilo, as pessoas são cinco estrelas, o ambiente é maravilhoso e existe muita privacidade. (….)Somos sempre recebidos de coração aberto e isso é uma maravilha. As pessoas são abertas e muito amigas.” (Entrevistado C2)

“(…) toda a gente era supersimpática, acolheram-nos muito bem e também temos uma filha pequenina que também foi muito bem acolhida pelos vizinhos. As pessoas são muito hospitaleiras.” (Entrevistado C1)

De forma genérica, as entrevistas permitiram perceber que os nómadas digitais, aproveitaram a sua estadia, essencialmente, para explorar a natureza e a cultura, tendo realizado passeios pedestres, passeios a cavalo e aproveitado para conhecer as redondezas de carro, uma vez que, segundo o entrevistado C3, estavam “(…) sempre rodeados de

natureza e não havia trânsito”. Neste sentido, exploraram as aldeias vizinhas e os municípios, onde estavam alojados os restantes nómadas incluídos no projeto “Bragança, Liberdade para recomeçar”:

“Andamos a cavalo e exploramos a pé a aldeia e o parque montesinho. Visitamos também os locais onde estavam hospedadas as outras famílias, Rio de Onor e Santa Comba de Rossas.” (Entrevistado C1)

“Passeamos muito, tiramos imensas fotografias que é uma coisa que gostamos muito e fizemos muitas caminhadas. Visitamos vários museus e andamos muito de carro (...)” (Entrevistado C3)

Por sua vez, percebeu-se que o grupo C, na sua generalidade, superou as expectativas relativamente ao território transmontano, no entanto, afirmaram que apesar de terem adorado a experiência e terem a intenção de voltar, não optariam por viver em Trás-os-Montes, “(...) chegámos a pensar em mudarmo-nos para lá, mas o facto de termos de perder imenso tempo para levar a nossa filha à escola ou ir a um simples supermercado desmotivou-nos.” (Entrevistado C1):

“Sinceramente não sei, gostei tanto de estar em Montesinho, que se tivesse a oportunidade de voltar, acho que ficava no mesmo sítio.” (Entrevistado C1)

“Para viver não, mas retornaria para trabalhar, para a mesma casa e para o mesmo sítio.” (Entrevistado C2)

“Sim, iria com certeza se não fosse para o mesmo sítio.” (Entrevistado C3)

Relativamente, às questões que motivam a escolha de um estabelecimento, constatou-se que, para os nómadas digitais os aspetos mais importantes, para além de uma boa ligação à internet, são a tranquilidade e espaços silenciosos, questões de conforto inerentes à casa (ar-condicionado, aquecimento central, área externa), existência de espaços individuais para trabalhar e o design do próprio espaço:

“Acho que é essencial uma boa conexão à internet (...). Acho que no caso de uma estadia mais longa, como foi a deste projeto, considero muito importante a existência de um espaço para animais de estimação. (...) Para além disso, também acho, importante as condições, de conforto dentro do estabelecimento, especialmente a nível térmico, uma lareira ou ar condicionado. No fundo, ter sempre uma temperatura agradável dentro de casa, porque é o local onde estamos a trabalhar. Ter um quarto para a nossa filha também é relevante para que ela posa ter os seus próprios horários.” (Entrevistado C1)

“O *design*, o conforto e uma boa ligação à internet. Mas o design para nós é o mais importante, não precisa de ser um espaço grande nem luxuoso, mas um espaço

diferente do que temos em casa. Para além disto, um espaço próprio para trabalhar, que não seja por exemplo uma mesa de jantar, porque acaba por se tornar mais prático, especialmente, se formos por longos períodos de tempo.” (Entrevistado C3)

“A questão do ruído, ou seja, o local tem de ser silencioso e com isolamento térmico, particularmente, em locais como Trás-os-Montes, onde existe muito contraste de temperatura e uma boa ligação à internet.” (Entrevistado C2)

Por último, e de forma sucinta, os nómadas digitais consideram que os aspetos mais positivos em trabalhar remotamente nas Terras de Trás-os-Montes prendem-se, essencialmente, com a natureza, a tranquilidade, a hospitalidade e a segurança. Já, os aspetos mais negativos, cingem-se, particularmente, ao isolamento associado às zonas rurais, ou seja, as grandes distâncias às escolas, supermercados, centros de saúde, juntamente com a falta de meios de transporte e a ligação à internet:

“Os bons foram (...), a pacatez, a tranquilidade e estarmos rodeados pela natureza, o facto de as pessoas serem acolhedoras e apoiarem-nos em tudo que precisámos, também tivemos uma boa conexão à internet que nos permitiu trabalhar sem qualquer problema.

Os contras foram principalmente o facto de termos que fazer 30 min de carro para chegar a um supermercado, porque lá existia mais à base de pequenas mercearias e além de ser mais caro não tinham tudo (...).” (Entrevistado C1)

“(...) o facto de ser um sítio muito calmo e rodeado de natureza que é algo que eu gosto mesmo, a casa também era muito boa, quentinha e confortável, tinha todas as comodidades possíveis e imaginárias. Como a minha filha ainda não tinha que ir para a escola, bastava abrir-lhe a porta e ela entretinha-se lá fora na companhia das vizinhas que ela chamava de avós. Como não passavam carros não ficávamos preocupados, era muito seguro.

De aspetos negativos, enquanto estive lá, não identifiquei nenhum, para além de perder tempo com as viagens para o supermercado, no entanto, era só de dez em dez dias para fazer compras maiores, porque o resto vinha ter a casa, como pão, queijo e enchidos.” (Entrevistado C2)

“Os contras como já falei, tivemos a questão da internet que poderia ter sido melhor, e o facto de ser remoto, tanto acaba por ser positivo como ter aspetos negativos, senti um bocadinho falta de animação, mas não sei se isso se pode ter devido à pandemia.

Os prós foram, essencialmente, a natureza que é ótima para a criatividade e o facto de ser um local completamente diferente do que estamos habituados.” (Entrevistado C3)

5.2.4. Síntese

De forma a dar resposta aos diferentes objetivos estipulados, a tabela 17, refere-se às conclusões obtidas, a partir da análise e comparação do conteúdo das respostas fornecidas, tendo em conta cada grupo de entrevistados.

Tabela 17: Conclusões das Entrevistas

	Objetivos	Conclusões
Grupo A	Perceber se existe condições, interesse ou iniciativas para sensibilizar, captar e implementar o produto turístico “nomadismo digital” nas Terras de Trás-os-Montes;	Apesar de se ter verificado que as Terras de Trás-os-Montes apresentam potencial para a inserção do nomadismo digital, oferecendo inúmeras vantagens ao território (combate ao despovoamento, sazonalidade, desenvolvimento da economia local, etc) e embora se tenha percebido um claro interesse por parte dos responsáveis municipais na criação de estratégias para a captação deste mercado, ainda são bem notórias as debilidades (assimetrias no serviços de internet e redes móveis e falta de capacidade de resposta no mercado de arrendamento) que condicionam a integração deste público na comunidade intermunicipal.
Grupo B	Perceber se existem condições e recursos para hospedar o novo segmento turístico e interesse na criação de estratégias para responder às suas necessidades.	Embora se tenha percebido que o território transmontano é dotado de inúmeras valências, capazes de satisfazer algumas das necessidades inerentes aos nómadas digitais, considerou-se que ainda existem demasiadas deficiências, tanto ao nível da falta de cobertura de internet, como de investimentos no setor turístico. Contudo, evidenciou-se um claro interesse por parte dos empreendimentos turísticos em alojar este novo segmento, tendo sido demonstrada disposição e determinação na criação de condições favoráveis a este público.
Grupo C	Avaliar a perceção do território e o grau de satisfação perante a sua experiência no destino.	As Terras de Trás-os-Montes detêm de uma oferta atrativa para o estilo de vida “nómada”, na medida em que apresentam aspetos como a natureza, a tranquilidade, a segurança e a hospitalidade, que são características valorizadas por este segmento turístico. No entanto, e apesar dos nómadas entrevistados considerarem a ligação à internet razoavelmente satisfatória, percebeu-se que a mesma está longe de ser perfeita. Para além disto, aspetos como a falta de transportes intramunicipais, juntamente com as grandes distâncias aos principais serviços de saúde e educação, condicionam não só, a própria estadia dos nómadas, como também a sua intenção de retornar ou de permanecer no território.

Fonte: Elaboração Própria

Face a toda a análise, e considerando as palavras mais mencionadas durante todo o processo das entrevistas (Figura 7), percebeu-se que as Terras de Trás-os-Montes se tratam, de um local tranquilo, seguro, hospitaleiro, rodeado de natureza e património, com uma gastronomia de qualidade e com um baixo custo de vida. Tudo isto, acaba por fazer dele um local ideal para conciliar o teletrabalho com o lazer, na medida em que todas estas características estimulam a criatividade. No entanto, e apesar das inúmeras vantagens que o território teria na inserção do segmento turístico “nomadismo digital”, como o combate ao despovoamento e à sazonalidade, ainda são várias as debilidades que acabam por condicionar a sua implementação e desenvolvimento, nomeadamente as questões relacionadas com a falta de cobertura de internet em diversas zonas da região, principalmente nas mais isoladas, a falta de investimento no setor turístico em geral, e no mercado de arrendamento, em particular, e as insuficiências de transporte intermunicipais e intramunicipais.

Figura 7: Nuvem de Palavras



Fonte: Elaboração Própria

6. PROPOSTA: PLANO DE AÇÃO

Esta etapa da presente investigação tem como intuito dar resposta a um dos objetivos específicos delineados. Por outras palavras, nesta fase irá desenhar-se um plano de ação exequível que permita potenciar a atratividade do território transmontano, de forma a implementar o segmento turístico “nomadismo digital”. Neste sentido, e após uma análise SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*), que permita obter uma visão estratégica de todo o cenário, irá prosseguir-se para a sugestão de um conjunto de ações, a fim de combater os constrangimentos identificados ao longo da pesquisa.

6.1. Análise SWOT

Face aos resultados obtidos, verificou-se que as Terras de Trás-os-Montes apresentam um grande potencial ao nível dos recursos (naturais e culturais) capazes de satisfazer o novo segmento turístico, como se pode ver a partir da tabela 18.

Tabela 18: Análise Swot

Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none">▪ Beleza paisagística, natureza e biodiversidade;▪ Património Histórico-Cultural;▪ Gastronomia;▪ Conjunto de produtos endógenos diversificados e certificados;▪ Proximidade com Espanha e com os grandes centros urbanos portugueses;▪ Baixo custo médio de vida.	<ul style="list-style-type: none">▪ Constrangimentos ao nível da mobilidade do destino;▪ Falta de condições nos empreendimentos turístico;▪ Baixa capacidade dos alojamentos e das salas de reunião;▪ Condições climatéricas de extremos;▪ Envelhecimento da população;▪ Baixo nível de sensibilização das populações perante conceitos “novos”;▪ Cobertura da Internet.
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none">▪ Tendência crescente perante mercados não massificados;▪ Emergência de novos padrões de consumo e motivações privilegiando destinos seguros e rodeados de natureza;▪ Aumento de notoriedade perante o conceito de teletrabalho;▪ Nova imagem de marca para o território.	<ul style="list-style-type: none">▪ Concorrência de destinos similares;▪ Falta de investimento no setor turístico;▪ Dependência de investimentos externos.

Fonte: Elaboração Própria

Ao analisar mais detalhadamente os pontos fortes e fracos das Terras de Trás-os-Montes, constata-se que este território, repleto de espaços verdes, possui duas realidades distintas, no que diz respeito às características morfológicas, moldando-se às preferências de cada indivíduo, oferecendo a tranquilidade e a pacatez que os grandes centros urbanos não conseguem transmitir. Estes atributos visam contribuir para atenuar o *stress* e a agitação associada ao estilo de vida nómada. A beleza paisagística, a natureza e a biodiversidade que se afirmam neste território, e se juntam a um conjunto de atividades que variam desde caminhadas, observação de aves, passeios de bicicleta, percursos pedestres e passeios de barco, são apenas algumas das possibilidades que a região oferece. Estes atributos associados a um uso adequado dos recursos ambientais, respeitando a autenticidade sociocultural da comunidade (*e.g.* gastronomia e os produtos de excelência, reconhecidos internacionalmente) são fundamentais para ocupar os tempos livres e desconectar os nómadas digitais dos dispositivos tecnológicos. Compatibilizar e integrar os aspetos naturais, culturais e sociais com o desenvolvimento económico são os pontos fortes da região. Para além disto, verificou-se uma certa compatibilidade entre o perfil do turista do destino transmontano e o perfil do nómada, na medida em que ambos se caracterizam por elevadas habilitações e pela procura de um ambiente tranquilo e relaxado, acolhedor e confortável, e ambos apresentam um interesse pela natureza e pela cultura local, como se verificou na revisão de literatura.

Para além de tudo isto, de acordo com estudo desenvolvido pela *Adventure Travel Trade Association*, em março de 2021, Portugal trata-se de um país com um baixo custo médio de vida, para passar longas e médias temporadas. Assim, as Terras de Trás-os-Montes, que se inserem no interior de Portugal, tornam-se numa das opções mais baratas do país, comparativamente com a capital (Lisboa) e os grandes centros urbanos. Por outro lado, verificaram-se algumas lacunas ao nível da mobilidade no destino. Embora Trás-os-Montes se encontre no limiar de Espanha e a poucas horas dos grandes centros portugueses, possuindo diversas acessibilidades e meios de transporte, existe uma carência na deslocação intrarregional, o que dificulta a mobilidade dos visitantes que não dispõem de veículo próprio. Relativamente aos empreendimentos turísticos, percebeu-se que apesar de existir potencial para acolher este público, são poucos os estabelecimentos que dispõem dos equipamentos necessários ao estilo de vida nómada. Apenas 22% do total dos estabelecimentos contam com salas de reuniões e desse total somente uma pequena percentagem disponibiliza espaços de lazer (piscina, ginásio, campo de ténis),

que lhes permita obter uma experiência de “*bleisure*”, ou seja, uma oferta que lhes permita trabalhar e obter momentos de lazer e entretenimento. Ademais destas situações, acresce uma cobertura de internet assimétrica e praticamente inexistente em determinadas zonas, principalmente nas mais isoladas. Para além disto, as condições climatéricas, associadas ao extremismo (frio e calor rigoroso), ou ainda o facto das populações não estarem formadas ou sensibilizadas com novos conceitos, poderá resultar em constrangimentos para ambas das partes por falta de conhecimento.

Importa ainda referir que a procura baseada em critérios de sustentabilidade e locais não massificados, assente em valores naturais e culturais, promovendo a integração e sustentabilidade da conservação da natureza, desenvolvimento local e divulgação e valorização do património cultural como é o caso das Terras de Trás-os-Montes, tem-se assumido como a escolha predileta e uma tendência no setor turístico durante e após a pandemia COVID-19, permitindo satisfazer a necessidade de visitar e conhecer novas culturas, gastronomias e tradições num ritmo mais lento. Experiências associadas ao turismo de natureza, aventura, atividade ao ar livre e destinos que inspirem confiança e segurança, estarão no *top-of-mind* de acordo com vários autores e estudos desenvolvidos por entidades (e.g., Chebli & Said, 2020; Sigala, 2020; IPDT, 2020; UNWTO, 2020). À parte disto, surgiram também diversas alterações na forma de trabalhar, tendo-se avançado com soluções mais flexíveis para realizar as ações laborais. Assim, o teletrabalho acabou por ganhar maior visibilidade e credibilidade, o que se assumiu não só, como uma oportunidade para que o nomadismo digital ganhasse espaço no mercado turístico, como também poderá permitir a construção de uma nova imagem de marca no território transmontano.

Contudo, a implementação deste nicho de mercado nesta região do interior, poderá ser ameaçada pela concorrência de outros destinos com as mesmas características ou por aqueles que já se encontram posicionados no mercado. Poderá também ser comprometida pela falta de investimento (interno e externo) no setor turístico e imobiliário.

6.2. Objetivos, Ações e Estratégias

O plano de ação deverá materializar-se no desenvolvimento de um conjunto de ações estratégicas, a implementar num determinado período de tempo, levando em consideração os objetivos que se pretendem atingir (Tabela 19).

Tabela 19: Síntese das Ações a Implementar

Objetivo	Ação	Entidades a envolver
Otimização dos serviços de internet e rede móvel	Reforçar a cobertura de internet no território	CIM-TTM, ANACOM, Operadoras de Telecomunicações que atuam no Território
Estruturação e Capacitação da Oferta Turística	Sensibilizar os <i>stakeholders</i> perante o conceito nomadismo digital	CIM-TTM, CM's, Juntas de freguesia, Agentes turísticos, Comunidade
	Valorizar e preservar o património e os recursos locais	CIM-TTM, CM's, Operadores Marítimo-turísticos, Empresas de Animação Turística, Espaços Museológicos, Agente locais
	Melhorar as redes de transporte e acessibilidades locais e regionais	CIM-TTM, CM's, Empresas de Transporte Locais e Regionais
	Dinamizar o mercado de arrendamento em meio rural	Institutos públicos, CM's, Empresas de construção,
	Qualificar os empreendimentos turísticos	Empreendimentos turísticos, Operadores Marítimo-turísticos, Empresas de Animação Turística
	Criar estruturas que permitam o trabalho remoto coletivo	CIM-TTM, CM's, Entidades empresariais locais
Estruturação e Capacitação da Procura Turística	Criar estratégias capazes de informar, promover e divulgar o território	CIM-TTM, CM's, Agentes turísticos, Entidades empresariais locais
Construção de uma marca territorial	Construir uma identidade que agregue e integre o produto “nomadismo digital”	CIM-TTM, CM's, Agentes turísticos, Empresas de marketing/design
	Desenvolver um plano de promoção e comunicação para o produto “nomadismo digital”	CIM-TTM, CM's, Agentes turísticos, Entidades empresariais locais
Calendarização	± 5 anos	

Fonte: Elaboração Própria

Nesta linha de pensamento, pretende-se mobilizar um conjunto de atores regionais, de forma a aproveitar, rentabilizar e maximizar os recursos do território transmontano, tendo em conta uma compatibilização com o segmento turístico “nomadismo digital”.

Objetivo 1 | Otimização dos serviços de internet e rede móvel

⇒ **AÇÃO:** Reforçar a cobertura de internet no território

Descrição: Embora Portugal seja considerado um país com uma boa oferta ao nível das ligações à internet, a verdade é que, ainda existem bastantes assimetrias entre os meios urbanos e rurais, e entre o litoral e o interior do país. Contudo, e para as pessoas em teletrabalho, como é o caso dos nómadas digitais, a qualidade da internet é um fator decisivo, independentemente de todos os outros serviços e ofertas complementares, na medida em que esta componente se assume como um parâmetro fundamental para uma boa prestação do seu trabalho. Desta forma, o acesso à mesma deve ser gratuito, simples e ilimitado.

Neste contexto, deve fomentar-se uma colaboração entre a ANACOM e os representantes dos municípios que integram a CIM-TTM, de forma a diagnosticar a situação atual do território e implementar soluções que visem um aumento e melhoria das condições de cobertura de banda larga fixa e móvel, nas zonas mais deficitárias da região transmontana. De forma mais específica, deve estimular-se uma partilha de infraestruturas para fazer chegar fibra ótica e internet de alta velocidade aos locais mais “isolados” dos municípios.

Objetivo 2 | Estruturação e Capacitação da Oferta Turística

⇒ **AÇÃO:** Sensibilizar os *stakeholders* perante o conceito nomadismo digital

Descrição: Embora o teletrabalho não seja uma forma recente de trabalho, a partir de 2020 com o isolamento gerado pela pandemia COVID-19, o trabalho remoto passou a fazer parte do quotidiano das pessoas, atribuindo uma maior visibilidade ao segmento nomadismo digital. No entanto, considera-se importante sensibilizar os stakeholders (agentes locais e comunidade) do destino, acerca das características intrínsecas aos nómadas digitais.

Por outras palavras, deve-se capacitar a oferta turística a nível de conhecimento e em termos de conceito, isto é, através de *workshops*, formações, *webinar's*, guias

informativos, etc, deve dar-se a conhecer o público-alvo, as suas motivações e necessidades, e a melhor forma de o conseguir cativar.

⇒ **AÇÃO:** Valorizar e preservar o património e os recursos locais

Descrição: O território das Terras de Trás-os-Montes contempla um vasto património histórico, cultural, natural, religioso, paisagístico e gastronómico. No entanto, e apesar da variedade e qualidade dos seus recursos patrimoniais e naturais, verifica-se uma falta de valorização dos mesmos, na medida em que existe pouca dinâmica nas atividades e experiências, particularmente em época baixa. Assim sendo, e uma vez que o nómada digital atribui o mesmo peso e importância aos momentos de lazer e de trabalho, as ofertas turísticas, devem adaptar-se ao trabalho remoto, de forma que estes consigam conciliar as duas vertentes.

Para isto, devem incluir-se em pacotes turísticos, atividades como visitas guiadas, spa, atividades desportivas, etc, deve criar-se uma rede de rotas turística, promover e potenciar as atividades museológicas e culturais da região, tendo em conta uma integração intermunicipal e ajustar os horários das principais atrações permitindo uma compatibilização com os trabalhos laborais dos nómadas digitais.

⇒ **AÇÃO:** Melhorar as redes de transporte e acessibilidades locais e regionais

Descrição: As condições de mobilidade de um território, assumem-se como um dos fatores mais importantes para o seu desenvolvimento, dada a sua relevância tanto para as atividades económicas e turísticas, como para assegurar a qualidade de vida dos residentes. Tendo em conta que as Terras de Trás-os-Montes, apresentam uma grande dispersão populacional no seu território, é fundamental a existência de meios que permitam com que as populações das zonas mais isoladas se desloquem para os centros mais populacionais para aceder aos serviços públicos. Uma vez que, uma das características dos nómadas digitais é a necessidade e/ou desejo de explorar e conhecer o território e a sua identidade, a existência de meios de transporte que lhes permita aceder aos serviços públicos, grandes superfícies comerciais, pontos turísticos de interesse, etc, é fundamental, principalmente para aqueles que pretendem uma estadia de média e longa duração.

Neste sentido, deve criar-se/otimizar-se uma rede de gestão partilhada de transportes intrarregional que integre os diferentes operadores da região, de forma a proporcionar uma maior flexibilidade de transportes (horários, frotas e rotas), particularmente nas áreas e períodos onde a oferta se assume mais deficitária.

⇒ **AÇÃO:** Dinamizar o mercado de arrendamento em meio rural

Descrição: Em Trás-os-Montes existem poucas unidades disponíveis no setor do mercado de arrendamento, e a pouca oferta que existe é muitas vezes desadequada. No caso concreto do segmento nómada, não existe qualquer interesse na compra de um imóvel, no entanto, e no caso de uma permanência a longo prazo (1 mês a 1 ano), o arrendamento de um espaço completamente equipado e com total privacidade, seria uma mais-valia, principalmente para aqueles grupos que viajam em família.

Face a esta realidade, torna-se fundamental o investimento em novas construções pensadas concretamente no arrendamento, tendo em conta não só o mercado habitacional, como também o segmento turístico e o nomadismo digital.

⇒ **AÇÃO:** Qualificar os empreendimentos turísticos

Descrição: O alojamento turístico é uma das componentes mais importantes num destino turístico. Desta forma, a oferta ao nível da hospedagem deve ser pensada e adaptada tendo em conta o mercado que pretende atingir. No caso concreto do nomadismo digital, deve levar-se em consideração não só os diferentes perfis de trabalhadores, como também as diferentes durações da sua estadia. Neste sentido, devem ser desenvolvidas estratégias, preços, pacotes de estadia e alimentação para diferentes períodos de permanência (média e longa duração).

Para além disto, é crucial que os empreendimentos turísticos que pretendem receber nómadas digitais adaptem os seus quartos/ apartamentos às necessidades deste segmento, ou seja, é fundamental a disponibilização de um espaço silencioso, acolhedor, confortável e tranquilo, um local para trabalhar, assim como uma boa conexão à internet. É importante também, oferecer serviços de entretenimento para crianças e a possibilidade de acomodar o animal de estimação, para os casos em que os trabalhadores remotos viajem em família.

⇒ **AÇÃO:** Criar estruturas que permitam o trabalho remoto coletivo

Descrição: Face à solidão associada ao estilo de vida nómada, os espaços de trabalho colaborativos (*coworking*), permitem com que estes profissionais compartilhem ideias, socializem e aumentem a produtividade no trabalho, gerando um equilíbrio ideal.

Posto isto, e de forma acrescentar valor à oferta turística, devem ser criados espaços espalhados pelos diversos municípios, devidamente equipados (mesas, cadeiras, impressoras, tomadas elétricas, *kitchenette*) e com boas condições de internet, iluminação e isolamento térmico. Devem ser espaços confortáveis, com um design apelativo capaz de estimular a criatividade, e adaptado com cabines próprias que permitam realizar ações que exijam privacidade (videochamadas, telefonemas).

Objetivo 3 | Estruturação e Capacitação da Procura Turística

⇒ **AÇÃO:** Criar estratégias capazes de informar, promover e divulgar o território

Descrição: Atualmente a informação é uma componente fundamental para qualquer negócio ou setor de atividade. No setor turístico, em particular, a informação assume um papel preponderante. O turista moderno procura sempre informações antes de realizar qualquer experiência ou viagem. Tendo em conta as características específicas dos nómadas digitais, a quantidade e qualidade da informação é um fator decisivo, visto que como permanecem por longos períodos de tempo, a decisão de se deslocarem para um determinado destino é muito mais ponderada.

Desta forma, considera-se essencial fornecer uma estrutura, orientada fundamentalmente para responder às necessidades do utilizador ao longo do processo de procura e de permanência no destino. Neste contexto, a mesma deve contemplar um conjunto de informações pertinentes que variem desde os mais básicos serviços de saúde (hospitais, centros de saúde e farmácias), transporte (autocarros, táxis, etc), educação (escolas, infantários, centros de estudo, ATL), sociais e administrativos (correios, polícia, bancos, finanças, segurança social), até grandes superfícies comerciais, espaços de *coworking*, lojas de informática, atividades ligadas ao lazer e entretenimento (atividades promotoras do bem-estar, desportivas, espirituais, de natureza e culturais).

Para isto sugere-se, a criação de uma plataforma digital disponível em diversos idiomas, que para além de incorporar na sua estrutura todas estas informações, promova e divulgue

o território na sua plenitude (localização/região, património natural, cultural, arquitetónico, histórico, gastronomia, artesanato, espaços museológicos, agenda cultural e de eventos). É ainda importante a indicação de acessos (estradas principais, existência de serviços de ligação a aeroportos ou estações de comboios e autocarros) e outros dados relevantes quanto à acessibilidade.

Objetivo 4 | Construção de uma marca territorial

⇒ **AÇÃÕ:** Construir uma identidade que agregue e integre o produto “nomadismo digital”

Descrição: Face aos novos paradigmas de competitividade dos destinos, a existência de uma marca territorial permite com que os territórios ou destinos se posicionem no mercado e se destaquem dos seus concorrentes.

Neste sentido, deve desenvolver-se uma marca dirigida para o segmento turístico “nomadismo digital” e que agregue toda a oferta territorial. Para isto, devem ser criados elementos estruturantes da marca, assim como, uma identidade visual (*Naming*, logótipo, símbolos, estilo de letra, forma, *slogan*, cores etc) e devem ser aplicados nos mais diversos elementos de comunicação.

⇒ **AÇÃÕ:** Desenvolver um plano de promoção e comunicação para o produto “nomadismo digital”

Descrição: Atualmente a comunicação/promoção de um determinado destino ou território é fundamental para ganhar visibilidade, destaque e vantagem competitiva face à concorrência. Deste modo, a elaboração de um plano ágil, e ajustável à evolução das tendências do mercado, pode contribuir significativamente para elevar a notoriedade das Terras de Trás-os-Montes enquanto um destino compatível com o estilo de vida dos nómadas digitais, na mesma medida em que permite alcançar um mercado em maior escala. Para além disto, pode contribuir também para atingir o posicionamento pretendido, reforçar a imagem de marca e diferenciar o destino.

De forma geral, a figura 8 sintetiza as principais ações necessárias para tornar as Terras de Trás-os-Montes um destino viável e apelativo à integração do produto turístico “nomadismo digital”.

Figura 8: Síntese do Plano de Ação



Fonte: Elaboração Própria

7. CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E FUTURAS LINHAS DE INVESTIGAÇÃO

O digital e as tecnologias já há muito estão associadas ao turismo, em várias vertentes. As tecnologias permitem conhecer, vender, interagir e até cocriar o serviço turístico. Por outras palavras, Reichenberger (2018) refere que as novas tecnologias alteraram o papel das viagens e a forma como se faz turismo. Numa outra perspetiva, o digital associado à facilidade de deslocação, permite também o surgimento de novas profissões por parte de profissionais que não necessitam de estar confinados a um mesmo local físico para exercerem a sua atividade.

Os nómadas digitais representam um novo estilo de vida onde o importante é criar e gerar valor independentemente do local onde essa criação surja. Geralmente associados a atividades mais criativas e intelectuais, este novo segmento, caracteriza-se por viagens constantes, estadias mais longas na procura de ambientes e locais que os possam inspirar e que temporariamente serão o seu espaço e a sua casa (Putra & Agirachman, 2016; Novriandi, 2017; Jarrahi & Thomson, 2017). Com este segmento turístico, surgem novas necessidades. Apesar deste público se definir pela sua capacidade de trabalhar remotamente, recorrendo apenas ao seu computador portátil, o lazer, o descanso e o entretenimento devem estar sempre associados para que se consiga gerar um equilíbrio (Wang *et al.*, 2018; Thompson, 2019).

Nesta linha de pensamento, e tendo em conta as características destes nómadas, os destinos não massificados, nomeadamente os territórios de baixa densidade, como é o caso das Terras de Trás-os-Montes, parecem particularmente adequados às suas necessidades. Embora estes territórios apresentem um conjunto de carências (população envelhecida, baixo poder de compra, baixo desenvolvimento social e económico, etc), são também destinos qualificados por um conjunto de valências, sob forma de recursos naturais, patrimoniais, históricos e endógenos, que as tornam atrativas, e que lhes confere uma certa vantagem competitiva, face a destinos urbanos (Chung, Han, & Joun, 2015). Neste sentido, este conjunto de riquezas, quando corretamente aproveitadas podem assumir-se como uma forma de mitigar os seus constrangimentos.

Posto isto, o intuito principal da presente investigação passou por perceber o real potencial das Terras de Trás-os-Montes, para atrair e fixar o segmento turístico “nómada digital”. Neste sentido, a metodologia aplicada, permitiu perceber que apesar das Terras de Trás-os-Montes disporem de recursos muito valorizados pelos nómadas digitais como

a riqueza cultural e patrimonial, paisagens naturais, gastronomia de excelência, tranquilidade e proximidade, face a meios de deslocação internacionais como os aeroportos do Porto e de Madrid, é notório que os atores turísticos da região ainda não formataram o serviço de forma a responder às necessidades específicas deste público. De facto, conforme o evidenciado nas secções anteriores, são ainda reconhecidas inúmeras fragilidades inerentes a este território. Para além da questão da internet e rede móvel, que se mostra bastante deficitária e assimétrica, existe ainda um conjunto de fatores que condicionam o aproveitamento do território para a implementação deste produto turístico. São exemplos, a falta de investimentos no setor turístico, a falta de transportes intra e intermunicipais e a fraca capacidade de resposta tanto ao nível dos empreendimentos turísticos como do próprio mercado de arrendamento.

No entanto, e apesar de tudo isto, percebeu-se um interesse por parte dos agentes turísticos (responsáveis municipais, empreendimentos turísticos) na captação deste mercado, na medida em que se poderia assumir como uma forma de combater um conjunto de carências relativas aos territórios de baixa densidade, nomeadamente, a sazonalidade e o despovoamento. Poderia também desenvolver a economia local, através da atração de investimentos internos e externos, reforçando a oferta turística e melhorando as infraestruturas básicas.

Assim sendo, para que esta implementação de mercado seja exequível, vê-se necessária uma reestruturação total da oferta turística e a criação de uma estratégia articulada e coesa entre os vários atores que compõem a região, de forma a potenciar o território e as suas valências, diferenciando-o da concorrência, e maximizando, por sua vez, o seu valor no mercado.

Neste âmbito, propôs-se um plano estruturado e integrado, entre todos os intervenientes do destino, capaz de materializar a implementação deste segmento turístico, posicionando as Terras de Trás-os-Montes como um destino ideal para conciliar o trabalho com o lazer, sem desconsiderar as características do território e as particularidades associadas aos nómadas digitais. Os princípios do plano baseiam-se, essencialmente, na otimização e qualificação da oferta turística, no envolvimento de todas as partes interessadas e na capacitação da procura turística, de forma a acrescentar valor e qualidade à marca territorial.

Embora o nomadismo digital já seja um conceito antigo, a sua visibilidade popularizou-se recentemente, sendo ainda muito poucos os estudos científicos desenvolvidos nesta

área. Desta forma, a presente investigação oferece um contributo significativo, tendo em conta que, para além de se ter explorado, de forma mais detalhada, as especificidades associadas ao nómada digital e de se terem identificado uma série de debilidades inerentes ao território, que condicionam a inserção deste tipo de público, o estudo fornece um conjunto diversificado de *insights* capazes de auxiliar as entidades responsáveis pela gestão do destino a colmatar as fragilidades, maximizar os benefícios deste segmento turístico, a diferenciar o território Trás-os-Montes e a obter vantagem competitiva.

A principal limitação da presente investigação relacionou-se, essencialmente, com o tempo limitado para a realização do estudo académico, na medida em que obrigou a uma restrição, significativa da amostra empírica, impossibilitando a obtenção da situação real das Terras de Trás-os-Montes. O facto de não se terem entrevistado outro tipo de intervenientes (empresas de animação turística, responsável da CIM-TTM, comunidade local) também se assumiu como uma condicionante. Por outro lado, a falta de colaboração e conhecimento da temática, por parte dos atores selecionados para a realização das entrevistas, assumiu-se também como uma limitação, uma vez que levou a uma alteração dos critérios predefinidos para a seleção da amostra. Por último, a redundância de informação disponível acerca desta temática, dificultou a obtenção de dados concretos e o facto de se ter realizado entrevistas à distância, poderá ter restringido os resultados obtidos.

Em virtude destes factos, sugere-se como futuras linhas de investigação, incluir os agentes turísticos desconsiderados no presente estudo (empresas de animação turística, responsável da CIM-TTM e responsáveis pelas autarquias de outros municípios) de forma a obter uma perceção mais fiel da realidade. Tendo em conta, que o operando do nómada digital requer a envolvência com a comunidade local, uma outra sugestão, passaria pela realização de um estudo quantitativo (inquérito por questionário) à comunidade local com intuito de perceber o grau de conhecimento e receptividade perante este novo público. Para além disto, sugere-se também a realização de um estudo a um maior número de nómadas digitais, de forma a perceber as suas reais motivações, necessidades e preferências.

REFERÊNCIAS

- Altringer, B. (2015). *Globetrotting Digital Nomads: The Future Of Work Or Too Good To Be True?* Obtido em 22 de setembro de 2021, de Forbes: <https://www.forbes.com/sites/forbesleadershipforum/2015/12/22/globetrotting-digital-nomads-the-future-of-work-or-too-good-to-be-true/?sh=728a56887594>
- ANACOM. (2020). *Relatorioa Anual NET.mede 2020*. Autoridade Nacional de Comunicações.
- Aroles, J., Granter, E., & Vaujany, F.-X. d. (2020). "Becoming mainstream": The professionalisation and corporatisation of digital nomadism. *New Technology, Work and Employment*, 35(1), 114–129.
- Ash, S. J., Caza, F. B., & M. Reid, E. (2018). From surviving to thriving in the gig economy: A research agenda for individuals in the new world of work. *Research in Organizational Behavior*, 38, 23-41.
- Balaram, B., Warden, J., & Wallace-Stephens, F. (2017). *Good Gigs: A fairer future for the UK's gig economy*. London: Royal Society for Arts, Manufactures and Commerce.
- Barley, S. R. (2015). Why the internet makes buying a car less loathsome: How technologies change role relations. *Academy of Management Discoveries*, 1, 5-35.
- Barley, S., Bechky, B. A., & Milliken, F. J. (2017). FROM THE EDITORS: The Changing Nature of Work: Careers, Identities, and Work Lives in the 21st Century. *Academy of Management Discoveries*, 3(2), 1-12.
- Beatty, J. E., & R. Torbert, W. (2003). The False Duality of Work and Leisure. *Journal of Management Inquiry*, 12(3), 239–252.
- Bendkowski, J. (2019). Managing Knowledge Commons In Coworking Communities. *Scientific Papers Of Silesian University Of Technology Organization And Management* (pp. 21-31). Silesian University Of Technolog Y Publishing House.
- Betancourt, S. C. (2019). *The pros and cons of the ever growing coworking sector*. Obtido em 18 de setembro de 2021, de online marketplaces: <https://www.onlinemarketplaces.com/articles/the-pros-and-cons-of-the-ever-growing-coworking-sector/>
- Bianchi, F., Casnic, N., & Squazzoni, F. (2018). Solidarity as a byproduct of professional collaboration: Social support and trust in a coworking space. *Social Networks*, 54, 61–72.
- Biesalski, C. (2016). *Von Reiseexzessen bis zur Homebase - Die Phasen des digitalen Nomadenlebens*. Obtido de Planet Backpack: <https://www.planetbackpack.de/phasen/>
- Biswas, S. (2021). *5 Workplace Buzzwords for 2019*. Obtido em 2022 de abril de 4, de ToolBox: <https://www.toolbox.com/hr/culture/articles/5-workplace-buzzwords-for-2019/>

- Bouncken, R. B., Laudien, S. M., Fredrich, V., & Görmar, L. (2018). Coopetition in coworking-spaces: Value creation and appropriation tensions in an entrepreneurial space. *Review of Managerial Science*, 12(2), 385-410.
- Bresciani, S., Ferraris, A., & Giudice, M. D. (2018). The management of organizational ambidexterity through alliances in a new context of analysis: Internet of Things (IoT) smart city projects. *Technological Forecasting and Social Change*, 136, 331-338.
- Bueno, S., Rodríguez-Baltanás, G., & Gallego, M. D. (2018). Coworking spaces: A new way of achieving productivity. *Journal of Facilities Management*, 16(4), 452–466.
- Burke, A. (2019). *The Freelance Project and Gig Economies of the 21st Century*. London: Centre for Research on Self-Employment (CRSE).
- Calo, R., & Rosenblat, A. (2017). The taking economy: Uber, information, and power. *Columbia Law Review*, 117, 1690.
- Cascio, W. F., & Montealegre, R. (2016). How technology is changing work and organizations. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 3(1), 349-375.
- Casilli, A. A., & Posada, J. (2019). The Platformization of Labor and Society. Em M. Graham, & W. H. Dutton, *Society and the Internet: How Networks of Information and Communication are Changing Our Lives*. Oxford University Press.
- Castro, C., Ferreira, F. A., & Nunes, P. (2021). Digital technologies and tourism as drivers of economic growth in Europe and Central Asia. *International Conference on Tourism, Technology and Systems*, (pp. 341-350).
- Chevtaeva, E. (2021). Coworking and Coliving: The Attraction for Digital Nomad Tourists. Em W. W., K. C., & S. J.L., *Information and Communication Technologies in Tourism* (pp. 202-209). Springer, Cham.
- Chevtaeva, E., & Denizci-Guillet, B. (2021). Digital nomads' lifestyles and coworkation. *Journal of Destination Marketing & Management*, 21, 100633.
- Chung, N., Han, H., & Joun, Y. (2015). Tourists' Intention to Visit a Destination: The Role of Augmented Reality (AR) Application for a Heritage Site. *Computers in Human Behavior*, 50, 588-599.
- CIM-TTM. (2021). *Área Económica e Social*. Obtido em 17 de outubro de 2021, de Comunidade Intermunicipal Terras de Trás-os-Montes: <https://www.cim-ttm.pt/pages/507>
- CIM-TTM. (2021). *Instituição*. Obtido em 16 de outubro de 2021, de Comunidade Intermunicipal das Terras de Trás-os Montes: <https://www.cim-ttm.pt/pages/439>
- Clark, M. (2009). Qualitative research: What it is and what it can contribute to cardiology in the young. *Cardiology in the Young*, 19(2), 131–144.
- CMAF. (2021). Obtido em 18 de outubro de 2021, de Município da Alfândega da Fé: <https://www.cm-alfandegadafe.pt/>
- CMB. (2021). Obtido em 18 de outubro de 2021, de Município de Bragança: <https://www.cm-braganca.pt/pages/87>

- CMM. (2021). Obtido em 18 de outubro de 2021, de Câmara Municipal de Mirandela: <https://www.cm-mirandela.pt/pages/831>
- CMM. (2021). Obtido em 18 de outubro de 2021, de Câmara Municipal de Mirandela: <https://www.cm-mirandela.pt/pages/1>
- CMM. (2021). Obtido em 18 de outubro de 2021, de Município de Mogadouro: <https://www.mogadouro.pt/>
- CMMC. (2021). Obtido em 18 de outubro de 2021, de Município de Macedo de Cavaleiros: <https://www.cm-macedodecavaleiros.pt/>
- CMMD. (2021). Obtido em 18 de outubro de 2021, de Câmara Municipal de Miranda do Douro: <https://www.cm-mdouro.pt/>
- CMV. (2021). Obtido em 18 de outubro de 2021, de Município de Vimioso: <https://www.cm-vimioso.pt/>
- CMV. (2021). Obtido em 18 de outubro de 2021, de Município de Vinhais: <https://www.cm-vinhais.pt/>
- Cohen, S. A., Duncan, T., & Thulemark, M. (2015). Lifestyle Mobilities: The Crossroads of Travel, Leisure and Migration. *Mobilities*, 10(1), 155-172.
- Colbert, A., Yee, N., & George, G. (2016). The digital workforce and the workplace of the Future. *Academy of Management Journal*, 59, 731-739.
- Cook, D. (2020). The freedom trap: digital nomads and the use of disciplining practices to manage work/leisure boundaries. *Information Technology & Tourism volume*, 22, 355–390.
- Coutinho, C. P. (2011). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas - Teoria e Prática*. Coimbra: Almedina.
- Cresswell, T. (2006). *On the move: Mobility in the modern western world*. New York: Routledge.
- Cunha, L. (2013). *Economia e Política do Turismo*. Lisboa: Lidel- Edições Técnicas.
- Cunha, L., & Abrantes, A. (2013). *Introdução ao Turismo*. Lisboa: Lidel.
- Cunningham-Parmeter, K. (2016). From Amazon to Uber: defining employment in the modern economy. *Boston University Law Review*, 96, 1673-1728.
- D'Andrea, A. (2006). Neo-nomadism: A theory of post-identitarian mobility in the global age. *Mobilities*, 1(1), 95-119.
- De-Stefano, V. (2016). *The rise of the «just-in-time workforce»: On-demand work, crowdwork and labour protection in the «gig-economy»*. Inclusive Labour Markets, Labour Relations and Working Conditions Branch. GENEVA: International Labour Organization.
- D'Andrea, A. (2007). *Global nomads: techno and new age as transnational countercultures in Ibiza and Goa* (Vol. 1). London: Routledge.
- EMTPNP. (2020). *Estratégia De Marketing Turístico Do Porto E Norte De Portugal Horizonte 2015-2020*. Obtido em 18 de outubro de 2021, de Turismo Porto e Norte de Portugal: http://www.portoenorte.pt/fotos/gca/plano_estrategico_10327505915894b4d3a978b.pdf

- Ertz, M., Durif, F., & Arcand, M. (2016). Collaborative Consumption: Conceptual Snapshot at a Buzzword. *Journal of Entrepreneurship Education*, 19(2), 1–23.
- Farrell, D., & Greig, F. (2016). *Paychecks, Paydays, and the Online Platform Economy: Big Data on Income Volatility*. Rochester, New York: Social Science Research Network.
- Fernández-Rovira, C., Valdés, J. Á., Molleví, G., & Nicolas-Sans, R. (2021). The digital transformation of business. Towards the datafication of the relationship with customers. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, 120339.
- Ferraris, A., Erhardt, N., & Bresciani, S. (2019). Ambidextrous work in smart city project alliances: Unpacking the role of human resource management systems. *The International Journal of Human Resource Management*, 30(4), 680-701.
- Fisher, S., & Connelly, C. (2016). Lower cost or just lower value? Modeling the organizational costs and benefits of contingent work. *Academy of Management Discoveries*, 3(2), 165-186.
- Fleming, P. (2017). The Human Capital Hoax: Work, Debt and Insecurity in the Era of Uberization. *Organization Studies*, 38(5), 1-19.
- Fortin, M.-F. (2009). *Fundamentos e Etapas no Processo de Investigação*. Lusodidacta.
- Friedman, G. (2014). Workers without employers: shadow corporations and the rise of the gig economy. *Review of Keynesian Economics*, 2(2), 171-188.
- Gandini, A. (2015). The rise of coworking spaces: A literature review. *Ephemera*, 15(1), 193-205.
- Glynn, T. P. (2011). Taking the Employer Out of Employment Law? Accountability for Wage and Hour Violations in an Age of Enterprise Disaggregation. *Employee Rights and Employment Policy Journal*, 5(1), 101-135.
- Golden, T. (2007). Co-workers who telework and the impact on those in the office: Understanding the implications of virtual work for co-worker satisfaction and turnover intentions. *Human Relations*, 60(11), 1641–1667.
- Golden, T. D., & Gajendran, R. S. (2019). Unpacking the role of a telecommuter’s job in their performance: examining job complexity, problem solving, interdependence, and social support. *Journal of Business and Psychology*, 34, 55–69 .
- Gomes, N. S. (2019). *Nômades Digitais: Quem são esses novos turistas?* Dissertação de Mestrado, Universidade de Évora, Departamento de Sociologia , Évora.
- Green, P. (2020). Disruptions of self, place and mobility: digital nomads in Chiang Mai, Thailand. *Mobilities*, 15(3), 431-445.
- Haking, J. (2017). *Digital Nomad Lifestyle: A field study in Bali*. Stockolm, Sweden: Kth Royal Institute Of Technology School Of Industrial Engineering And Management.
- Hall, G., Rentschler, R., Boyle, S., & Sigala, G. H. (2019). Motivations, mobility and work practices; the conceptual realities of digital nomads. Em J. Pesonen, & J. Neidhardt, *Information and Communication Technologies in Tourism* (pp. 437-449). Cham: Springer.
- Hannonen, O. (2020). In search of a digital nomad: defining the phenomenon. *Information Technology & Tourism*, 22, 335–353.

- Hensellek, S., & Puchala, N. (2021). The Emergence of the Digital Nomad: A Review and Analysis of the Opportunities and Risks of Digital Nomadism. Em M. Orel, O. Dvouletý, & V. Ratten, *The Flexible Workplace. Human Resource Management*. Springer, Cham.
- Hislop, D., & Axtell, C. (2009). To Infinity and Beyond?: Workspace and The Multi-location Worker. *New Technology, Work and Employment*, 24(1), 60-75.
- Horton, A. (2017). *What I wish I had considered before becoming a digital nomad*. Obtido em 5 de abril de 2021, de Fast Company: <https://www.fastcompany.com/40402577/what-i-wished-i-considered-before-becoming-a-digital-nomad>
- INE. (15 de dezembro de 2020). *Contas Regionais – Base (2016)- 2018 e 2019 Provisório*. Obtido em 17 de outubro de 2021, de Instituto Nacional de Estatísticas: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_contas_nacionais&contexto=cr&selTab=tab3&perfil=104012427&INST=116634424
- Jarrahi, M. H., & Thomson, L. (2017). The interplay between information practices and information context: the case of mobile knowledge workers. *Journal of the association for Information Science and Technology*, 68(5), 1073–1089.
- Kamoi, P. (2015). *Nômades Digitais: Vantagens e desvantagens do estilo de vida nômade*. Obtido em 21 de setembro de 2021, de Jornada Kamoi: <http://jornadakamoi.com/nomades-digitais-vantagens/>
- Kannisto, P. (2014). *Global Nomads: Challenges of Mobility in the Sedentary World*. Tilburg, Netherlands: Tilburg Universit.
- Kelly, H., & Arelano, D. (2021). *Work and Wander: Meet Today's Digital Nomads*. Obtido de Adventure Travel Trade Association: <https://www.adventuretravel.biz/research/work-and-wander-meet-todays-digital-nomads>
- Korpela, M. (2019). Searching for a countercultural life abroad: neo-nomadism, lifestyle mobility or bohemian lifestyle migration. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 46(15), 3352-3369.
- Kostakis, V., & Bauwens, M. (2014). *Network Society and Future Scenarios for a Collaborative Economy*. Springer.
- Kovács, I. (2016). Os avanços tecnológicos e o futuro do trabalho: debates recentes. *XVI Encontro Nacional De Sociologia Industrial, Das Organizações e do Trabalho*. 27, pp. 10-23. Universidade Nova de Lisboa.
- Kuzheleva-Sagan, I., & Nosova, S. (2017). Culture of digital nomads: Ontological, anthropological, and semiotic aspects. *Proceedings of the World Congress of the IASS/AIS 12th WCS Sofia 2014 - New Semiotics. Between Tradition and Innovation* (pp. 131-140). Sofia: IASS Publications & NBU Publishing House.
- Lal, B., & Dwivedi, Y. K. (2010). Investigating Homeworkers' Inclination to Remain Connected to Work at "Anytime, Anywhere" Via Mobile Phones. *Journal of Enterprise Information Management*, 23, 759–774.
- Leal, I. (2008). *A Entrevista Psicológica Técnica, Teoria e Clínica* (Vol. 2º edição). Lisboa: Fim de Século .

- Leclercq-Vandelannoitte, A., & Isaac, H. (2016). The new office: How coworking changes the work concept. *Journal of Business Strategy*, 37(6), 3–9.
- Lee, A., Toombs, A., Erickson, I., Nemer, D., Ho, Y., Jo, E., & Guo, Z. (2019). The social infrastructure of co-spaces: Home, work, and sociable places for digital nomads. *Proceedings of the ACM on human-computer interaction*, 3, 1-23.
- Lepanjuuri, K., Wishart, R., & Peter, C. (2018). *The Characteristics of those in the Gig Economy*. Department for Business, Energy and Industrial Strategy.
- Liegl, M. (2014). Nomadicity and the care of place—on the aesthetic and affective organization of space in freelance creative work. *Computer Supported Cooperative Work*, 23, 163–183.
- Loryn, B. d. (2021). Not necessarily a place: How mobile transnational online workers (digital nomads) construct and experience ‘home’. *Global Networks*, 1-16.
- Müller, A. (2016). The digital nomad: buzzword or research category? *Transnational Social Review*, 6(3), 344-348.
- Makimoto, T. (2013). The age of digital nomad—impacts of CMOS innovation. *IEEE Solid State Circuits Mag*, 5(1), 40–47.
- Makimoto, T., & Manners, D. (1997). *Digital nomad*. Chichester: Wiley.
- Malhotra, N. K. (2004). *Pesquisa de Marketing uma Orientacao Aplicada* (Vol. 4^o edição). São Paulo: Bookman.
- Mancinelli, F. (2020). Digital nomads: freedom, responsibility and the neoliberal order. *Information Technology & Tourism*, 22, 417–437.
- Manyika, J., Lund, S., Dobbs, R., Robinson, K., & Valentino, J. (2015). *Connecting talent with opportunity in the digital age*. Obtido em 4 de abril de 2021, de McKinsey & Company: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/employment-and-growth/connecting-talent-with-opportunity-in-the-digital-age>
- Martins, C., & Morais, A. (2016). O contributo do turismo para o desenvolvimento das regiões. *Gaia Scientia*, pp. 84-91.
- Maruyama, T., & Tietze, S. (2012). From anxiety to assurance: Concerns and outcomes of telework. *Personnel Review*, 41(4), 450–469.
- Matos, R. (2016). *Nômades digitais: perfis, motivações e viabilidade*. Dissertação de Mestrado, Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Centro de Formação Acadêmica e Pesquisa, Rio de Janeiro.
- Mazareanu, E. (2020). *Number of people working in coworking spaces worldwide from 2010 to 2020*. Obtido em 18 de setembro de 2021, de Statista: <https://www.statista.com/statistics/554315/number-of-people-working-in-coworking-spaces-worldwide/>
- Molz, J. (2012). *Travel connections: Tourism, technology and togetherness in a mobile world*. Routledge.
- Moravec, J. W. (2013). Knowmad society: The “new” work and education. *On the Horizon*, 21(2), 79-83.
- Mouratidis, G. (2018). *Digital Nomads: Travel, Remote Work and Alternative Lifestyles*. Department of Arts and Cultural Sciences. Lund University.

- Mrass, V., Li, M. M., & Peters, C. (2017). Towards a taxonomy of digital work. *25th European Conference on Information Systems (ECIS)*, (pp. 2515-2524). Guimarães.
- Nansen, B., Arnold, M., Gibbs, M., & Davis, H. (2010). Time, space and technology in the working-home: an unsettled nexus. *New Technology, Work and Employment*, 25, 136-153.
- Nascimento, N. O.-E. (2015). *Nomadismo digital e comunicação na Web 2.0: uma análise do blog Nômadés Digitais*. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Nash, C., Jarrahi, M. H., Sutherland, W., & Phillips, G. (2018). Digital Nomads Beyond the Buzzword: Defining Digital Nomadic Work and Use of Digital Technologies. Em G. C. hury, J. McLeod, V. Gillet, & P. Willett, *Transforming Digital Worlds* (pp. 2017-217). Berlin: Springer.
- Natário, M., Melo, A., Biscaia, R., Rocha, P., Santos, C., Ferreira, A., . . . Marques, R. (2019). O impacto do turismo das aldeias históricas de portugal: um quadro de análise. *Finisterra*, 54(111), 21–36.
- Nicklin, J. M., Cerasoli, C. P., & Dydyn, K. L. (2016). Telecommuting: What? Why? When? and How? Em J. Lee, *The Impact of ICT on Work* (pp. 41-70). Singapore: Springer.
- Novriandi, R. (2017). *Lima Keuntungan Jadi Pekerja Nomad*. Obtido em 5 de abril de 2021, de Dalam KINCIR: <https://www.kincir.com/chillax/job-education/5-keuntungan-jadi-pekerja-digital-nomad>
- Nunes, M., & Hutz, C. (2014). Análise da produção de artigos científicos sobre o lazer: Uma revisão. *Psicologia: Teorias e Pesquisa*, 30(3), 307-315.
- O'Brien, M. (2014). *A creative calling: Migrant creatives and the labour of love in Berlin*. Brighton: University of Brighton.
- O'Driscoll, M. P., Brough, P., Timms, C., & Sawang, S. (2010). Engagement with information and communication technology and psychological well-being. Em P. Perrewé, & D. Ganster, *New Developments in Theoretical and Conceptual Approaches to Job Stress* (Vol. 8, pp. 269-316). London: Emerald Publishing.
- O'Reilly, K., & Benson, M. (2009). Lifestyle Migration: Escaping to the Good Life? Em M. Benson, & K. O'Reilly, *Lifestyle Migration: Expectations, Aspirations and Experiences* (pp. 1–13). London: Routledge.
- Olga, H. (2020). In search of a digital nomad: defining the phenomenon. *Information Technology & Tourism*, 22(3), 335-353.
- Orel, M. (2019). Coworking environments and digital nomadism: balancing work and leisure whilst on the move. *World Leisure Journal*, 61(3), 215-227.
- PAMUSTTM. (2016). *Plano de Ação de Mobilidade Urbana Sustentável das Terras de Trás-os-Montes*. Obtido de Comunidade Intermunicipal das Terras de Trás-os-Montes: https://www.cim-ttm.pt/cimttm/uploads/document/file/103/plano_de_acao_de_mobilidade_urbana_sustentavel_das Terras_de_tras_os_montes.pdf
- Paris, C. (2011). *Affluence, mobility and second home ownership*. Abingdon: Routledge.

- Paris, C. M. (2012). FLASHPACKERS: An Emerging Sub-Culture? *Annals of Tourism Research*, 39(2), 1094-1115.
- PEDITTM. (2020). *Plano Estratégico de desenvolvimento intermunicipal das Terras de Trás Montes para o período 2014 Dezembro de 2014 Plano Estratégico de desenvolvimento intermunicipal das Terras de Trás Montes para o período 2014-2020*. Obtido em 17 de outubro de 2021, de Comunidade intermunicipal das Terras de Trás-os-Montes: https://www.cimttm.pt/cimttm/uploads/document/file/96/plano_estrategico_de_desenvolvimento_intermunicipal_das Terras_de_tras_os_montes__2014_2020.pdf
- PMTTTM. (2015). *Plano de Marketing Territorial Das Terras De Tràs-os-Montes*. CIM-TTM.
- Pordata. (2021). *Alojamento Turístico*. Obtido em 17 de outubro de 2021, de Pordata: <https://www.pordata.pt/Subtema/Municipios/Alojamentos+Tur%3%adsticos-360>
- Pordata. (2021). *Empresas não financeiras: total e por dimensão*. Obtido em 17 de outubro de 2021, de Pordata: <https://www.pordata.pt/Municipios/Empresas+n%3%a3o+financeiras+total+e+por+dimens%3%a3o-916>
- Pordata. (2021). *Estada média nos alojamentos turísticos: total, residentes em Portugal e residentes no estrangeiro*. Obtido em 19 de outubro de 2021, de Pordata: <https://www.pordata.pt/Municipios/Estada+m%C3%A9dia+nos+alojamentos+tur%C3%ADsticos+total++residentes+em+Portugal+e+residentes+no+estrangeiro-758>
- Pordata. (2021). *Pessoal ao serviço nas empresas não financeiras: total e por sector de actividade económica*. Obtido em 17 de outubro de 2021, de Pordata: <https://www.pordata.pt/Municipios/Pessoal+ao+servi%3%a7o+nas+empresas+n%3%a3o+financeiras+total+e+por+sector+de+actividade+econ%3%b3mica-353>
- Pordata. (2021). *Poder de compra per capita*. Obtido em 16 de outubro de 2021, de Pordata: <https://www.pordata.pt/Municipios/Poder+de+compra+per+capita-118>
- Pordata. (2021). *População*. Obtido em 16 de outubro de 2021, de Pordata: <https://www.pordata.pt/Subtema/Municipios/Popula%3%a7%3%a3o+Residente-214>
- Pordata. (2021). *Saúde*. Obtido em 16 de outubro de 2021, de Pordata: <https://www.pordata.pt/Subtema/Municipios/Servi%3%a7os+e+Utiliza%3%a7%3%a3o-218>
- Pordata. (2021). *Volume de negócios das empresas não financeiras: total e por sector de actividade económica*. Obtido em 17 de outubro de 2021, de Pordata: <https://www.pordata.pt/Municipios/Volume+de+neg%3%b3cios+das+empresas+n%3%a3o+financeiras+total+e+por+sector+de+actividade+econ%3%b3mica-589>
- Prodanov, C. C., & Freitas, E. C. (2013). *metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico*. Novo Hamburgo , Rio Grande do Sul , Brasil: Universidade Feevale.

- Putra, G. B., & Agirachman, F. A. (2016). Urban coworking space: creative tourism in digital nomads perspective. *Arte-Polis 6 International Conference, 1*. Bandung.
- Reichenberger, I. (2018). Digital nomads—a quest for holistic freedom in work and leisure. *Annals of Leisure Research, 21*(3), 364-380.
- Richards, G. (2015). The new global nomads: youth travel in a globalizing world. *Tourism Recreation Research, 40*(3), 340-352.
- RNT. (2021). *Consulta ao registo: Agentes de Animação Turística*. Obtido em 18 de outubro de 2021, de Registo Nacional de Turismo: <https://registos.turismodeportugal.pt/HomePage.aspx>
- RNT. (2021). *Consulta ao Registo: Agências de Viagens e Turismo*. Obtido em 18 de outubro de 2021, de Registo Nacional de Turismo: <https://registos.turismodeportugal.pt/>
- Robinson, J., & G. Godbey. (1997). *Time for Life: The Surprising Ways Americans Use Their Time*. University Park: Pennsylvania State University Press.
- Rus, A., & Orel, M. (2015). Coworking: A community of work. *Teorija in Praksa, 52*(6), 1017–1038.
- Sampaio, A. F. (1939). *VOLÚPIA: A Nona Arte: A Gastronomia*. Porto: Noticias editorial
- Samuelson, P. A. (1975). *Introdução à Análise Económica*. Agir Rio de Janeiro.
- Schlagwein, D. (2018). “Escaping the Rat Race”: Justifications in Digital Nomadism. *Proceedings of 26th European conference on information systems: Beyond digitization - facets of socio-technical change* (pp. 23-28). UK: Research-in-Progress Papers.
- Scuotto, V., Giudice, M. D., Tarba, S., Petruzzelli, A., & Chang, V. (2020). International social SMEs in emerging countries: Do governments support their international growth? *Journal of World Business, 55*(5), 100995.
- Sharam, A., & Bryant, L. (2017). The uberisation of housing markets: putting theory into practice. *Property Management, 35*(2), 202-216.
- Silverman, D. (2013). *Doing Qualitative Research: A Practical Handbook*. SAGE.
- Smith, B., Goods, C., Barratt, T., & Veen, A. (2021). Consumer ‘app-etite’ for workers’ rights in the Australian ‘gig’ economy. *Journal of Choice Modelling, 38*, 100254.
- Spreitzer, G., Cameron, L., & Garrett, L. (2017). Alternative work arrangements: Two images of the new world of work. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior, 4*, 473-499.
- Su, N. M., & Mark, G. (2008). Designing for nomadic work. *Proceedings of the Conference on Designing Interactive Systems* (pp. 305–314). New York: ACM Press.
- Sundararajan, A. (2015). *The ‘gig economy’ is coming. What will it mean for work?* Obtido em 13 de setembro de 2021, de The Guardian: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2015/jul/26/will-we-get-by-gig-economy>
- Sutherland, W., & Jarrahi, M. H. (2017). The Gig Economy and Information Infrastructure: The Case of the Digital Nomad Community. *Proc. ACM Hum.-*

- Comput. Interact. 1, 1, Article 97 (January 2017), The Case of the Digital Nomad Community. *Association for Computing Machinery*, 97(2), 1-24.
- Symonds, P., & Lacono, V. L. (2021). *How to Become a Digital Nomad*. Obtido em 22 de setembro de 2021, de Promarketing: <https://www.promarketingonline.com/how-to-become-a-digital-nomad/>
- Tan, Z. M., Aggarwal, N., Cows, J., Morley, J., Taddeo, M., & Floridi, L. (2021). The ethical debate about the gig economy: A review and critical analysis. *Technology in Society*, 65, 101594.
- Taylor, S. (2015). 'A New Mystique? Working for Yourself in the Neoliberal Economy'. *The Sociological Review*, 63(1), 174– 187.
- Thompson, B. (2018). Digital Nomads: Employment in the Online Gig Economy. *Journal of Culture, Politics and Innovation*, 1, 1-26.
- Thompson, B. Y. (2019). The Digital Nomad Lifestyle: (Remote) Work/Leisure Balance, Privilege, and Constructed Community. *International Journal of the Sociology of Leisure*, 2, 27-42.
- Trimoldi, G. (2018). Digital Nomads: a new category arising in the mobility turn. *Migration Lisbon 2018*. Lisbon.
- TTM. (2020). *Terras de Trás-os-Montes: O destino Natural*. Obtido em 17 de outubro de 2021, de Comunidade Intermunicipal das Terras de Trás-os-Montes: http://www.norcha.com/assets/o_destino_natural.pdf
- TTM. (2021). *Planear Visita*. Obtido em 16 de outubro de 2021, de Terras de Trás-os-Montes: <https://www.terrasdetrasosmontes.pt/planear-visita/transporte>
- Vilelas, J. (2009). *Investigação - O processo de construção do conhecimento*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Wang, B., Schlagwein, D., Cecez-Kecmanovic, D., & Cahalane, M. C. (2018). Digital work and high-tech wanderers: three theoretical framings and a research agenda for digital nomadism. *Australasian Conference on Information Systems*. Sydney.
- Weber, T. A. (2016). Product Pricing in a Peer-to-Peer Economy. *Journal of Management Information Systems*, 33(2), 573–596.
- Webster, C., & Ivanov, S. (2014). Transforming competitiveness into economic benefits: Does tourism stimulate economic growth in more competitive destinations? *Tourism Management*, 40, 137-140.
- Witt, P. A., & Bishop, D. W. (2009). Situational antecedents to leisure behavior. *Journal of Leisure Research*, 41(3), 337-350.
- WYSE Travel Confederation. (2018). *Digital nomads – the next darling of tourism destinations worldwide?* Obtido em 5 de abril de 2021, de WYSE Travel Confederation: <https://www.wysetc.org/2018/08/digital-nomads-the-next-darling-of-tourism-destinations-worldwide/>

APÊNDICES

APÊNDICE 1

Guiões das Entrevistas

Parte 1- Parte inicial comum a todas as entrevistas

Objetivos	Enquadramento
Apresentação da investigação nas entrevistas	<p>Antes de mais quero agradecer a sua disponibilidade para a realização desta entrevista.</p> <p>O guião de entrevista foi realizado no âmbito da dissertação de mestrado do curso Marketing Turístico, da Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela, do Instituto Politécnico de Bragança. A minha investigação intitula-se de “Nomadismo Digital: O Caso de Estudo das Terras de Trás-os-Montes” e o objetivo geral passa por perceber o potencial do subdestino Terras de Trás-os-Montes, para se adequar ao segmento turístico emergente “nómada digital”.</p> <p>Antes de darmos início à entrevista, solicita-se a autorização para proceder à gravação da videochamada e pedia-lhe que identificasse a profissão/cargo que ocupa na entidade/instituição.</p>

Parte 2- Questões

GUIÃO 1 RESPONSÁVEIS MUNICIPAIS	
Objetivos	Questões
Perceber se os responsáveis municipais consideram o nomadismo digital um produto oportuno para as Terras de Trás-os-Montes.	Considera que os nómadas digitais poderiam ser um novo mercado a apostar nas Terras de Trás-os-Montes? Porquê?
Perceber se os responsáveis municipais acreditam que as Terras de Trás-os-Montes detêm do potencial necessário para receber este segmento.	Considera que as Terras de Trás-os-Montes reúnem as condições necessárias para receber nómadas digitais?
Identificar se a cobertura de internet móvel existente no território tem qualidade suficiente para dar resposta aos nómadas digitais.	Quando se trata dos nómadas digitais, um bom acesso à internet é fundamental para o exercício da sua profissão. Acredita que a cobertura de internet móvel existente no município é suficiente para dar resposta a este segmento?

Compreender o nível de interesse autárquico na exploração do novo segmento turístico.	Existe algum interesse por parte da autarquia em explorar este segmento turístico?
Identificar as vantagens que se poderiam obter com a inserção de nómadas digitais no território transmontano, tendo em conta a perspetiva dos responsáveis municipais.	No seu ponto de vista, quais são as vantagens de desenvolver este segmento turístico no território transmontano, e especificamente no seu município?
Perceber se existem iniciativas por parte das autarquias no desenvolvimento de estratégias relativas a este público.	Existe alguma iniciativa por parte da autarquia no desenvolvimento de estratégias relativas a este novo segmento?
Identificar as diversas perspetivas dos diferentes dirigentes municipais relativamente às ações que se poderiam materializar de forma a tornar as Terras de Trás-os-Montes um destino apelativo para os nómadas digitais.	Na sua ótica, enquanto dirigente municipal, de que forma é que as Terras de Trás-os-Montes se poderiam tornar mais apelativas para os nómadas digitais, ou seja, o que considera que deveria ser feito nesse sentido

GUIÃO 2	
EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS	
Objetivos	Questões
Perceber se os responsáveis pelos empreendimentos turísticos consideram o nomadismo digital um produto oportuno para as Terras de Trás-os-Montes.	Considera que os nómadas digitais poderiam ser um novo mercado a apostar nas Terras de Trás-os-Montes? Porquê?
Perceber se os responsáveis pelos empreendimentos turísticos acreditam que as Terras de Trás-os-Montes detêm do potencial necessário para receber este segmento.	Considera que as Terras de Trás-os-Montes reúnem as condições necessárias para receber nómadas digitais?
Identificar se a cobertura de internet móvel existente no território tem qualidade suficiente para dar resposta aos nómadas digitais.	Quando se trata dos nómadas digitais, um bom acesso à internet é fundamental para o exercício da sua profissão. Acredita que a cobertura de internet móvel existente no município é suficiente para dar resposta a este segmento?
Identificar as vantagens que se poderiam obter com a inserção de nómadas digitais no território transmontano, tendo em conta a perspetiva dos responsáveis pelos empreendimentos turísticos.	Do ponto de vista empresarial, considera que existem vantagens em inserir este segmento turístico no território transmontano? Explique?
Perceber se existe interesse por parte dos empreendimentos na exploração do segmento nomadismo digital.	Existe algum interesse por parte do seu empreendimento em explorar este segmento turístico?
Perceber se os empreendimentos turísticos já tiveram algum contacto com nómadas digitais.	Já recebeu algum nómada digital como hóspede?

Compreender a percepção com que os nómadas ficaram das Terras de Trás-os-Montes.	Na sua opinião, com que percepção é que acha que os nómadas ficaram do território?
Perceber se os empreendimentos turísticos apresentam as condições necessárias para responder às necessidades deste público.	Considera que o estabelecimento detém das condições necessárias para receber este público? Se sim, Quais?
Identificar que tipo de estratégias os empreendimentos turísticos poderiam adotar para dar resposta às necessidades dos nómadas digitais.	Na sua opinião, que estratégias que o empreendimento poderia adotar para responder às necessidades deste público?
Identificar as diversas perspetivas dos diferentes responsáveis pelos empreendimentos, relativamente às ações que se poderiam materializar de forma a tornar as Terras de Trás-os-Montes um destino apelativo para os nómadas digitais.	Na sua ótica, de que forma é que as Terras de Trás-os-Montes se poderiam tornar mais apelativas para os nómadas digitais, ou seja, o que considera que deveria ser feito nesse sentido?

GUIÃO 3 NÓMADAS DIGITAIS	
Objetivos	Questões
Perceber se os nómadas digitais consideram as Terras de Trás-os-Montes adequadas ao seu estilo de vida.	De acordo com a sua experiência, considera que as Terras de Trás-os-Montes reúnem as condições necessárias para trabalhar remotamente?
Identificar os aspetos que motivaram os nómadas digitais a escolher Bragança para trabalhar remotamente.	O que o motivou a escolher Bragança? Que aspetos o atraíram mais?
Perceber de que forma este público se integrou na comunidade transmontana.	Como se integrou na comunidade?
Perceber para quais municípios os nómadas digitais se deslocaram durante a sua estadia.	Durante a sua estadia, visitou outros municípios das Terras Transmontanas?
Perceber se existe intenção de retorno ou curiosidade de se instalar noutro município.	Tenciona retornar? Instalar-se noutro município?
Identificar que tipo de atividades os nómadas realizaram no destino e em quais teriam interesse de participar.	Em que tipo de atividades de lazer tem interesse? Realizou alguma no destino?
Identificar os aspetos mais valorizados por este público na escolha de um determinado estabelecimento.	Na sua ótica, que características são mais importantes na escolha de um estabelecimento? Que aspetos tem em conta, quando se decide instalar num local?
Perceber se o município de Bragança correspondeu às expectativas dos nómadas, de forma a identificar possíveis lacunas.	De uma forma geral, o município correspondeu às suas expectativas? Explique?

Identificar os aspetos positivos e negativos de trabalhar remotamente em Bragança, de acordo com a perspetiva dos principais interessados.	Tendo em conta a sua experiência, quais foram os prós e contras de trabalhar remotamente em Bragança?
--	---