



**Universidade de
Aveiro**
2017

Departamento de Economia, Gestão,
Engenharia Industrial e Turismo

**MARIA DA
CONCEIÇÃO
RIBEIRO DE
ALMEIDA**

**A IMPORTÂNCIA DE UMA ATRAÇÃO EM
MEIO RURAL: O CASO DO PARQUE
AQUÁTICO DA ALMARGEM**



**Universidade de
Aveiro**
2017

Departamento de Economia, Gestão,
Engenharia Industrial e Turismo

**MARIA DA
CONCEIÇÃO
RIBEIRO DE
ALMEIDA**

**A IMPORTÂNCIA DE UMA ATRAÇÃO EM
MEIO RURAL: O CASO DO PARQUE
AQUÁTICO DA ALMARGEM**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo, realizada sob a orientação científica do Doutor Rui Augusto da Costa, Professor Auxiliar do Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo da Universidade de Aveiro

Dedico este trabalho à minha família, sempre presente nos momentos em que mais precisei

o júri

presidente

Professora Doutora Zélia Maria de Jesus Breda
Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro

Professor Doutor Rui Augusto da Costa
Professor Auxiliar da Universidade de Aveiro (Orientador)

Professora Doutora Isabel Maria Soares Pinto de Oliveira
Professora Adjunta do Instituto Politécnico de Viseu

agradecimentos

A elaboração de um projeto de investigação obedece a regras bem definidas, sem as quais este trabalho não poderia ser considerado como tal:

Ao Prof. Rui Costa, o meu orientador, o meu muito obrigada pela transmissão desse saber, que foi efetuado sempre com uma imensa tolerância, uma grande disponibilidade e sempre na ótica de melhorar o meu trabalho.

Agradeço também aos meus familiares, em particular aos meus pais, Natália e Joaquim, pelo apoio em todas as circunstâncias, ao meu companheiro de vida, Paulo e ao meu filho Santiago pela compreensão em ver me tantas vezes concentrada para rumar à conclusão deste projeto.

O meu bem-haja aos agentes do território que colaboraram no sentido de trazer um contributo à ciência, dedicando um pouco de tempo a uma entrevista. Agradeço em particular ao Dr. Pedro Mouro, Vice-presidente da Câmara Municipal de S. Pedro do Sul, pela ajuda em conseguir alguns contactos para marcar essas entrevistas e pela sua disponibilidade em fazê-lo.

Também quero agradecer à Prof.^a Ana Caldeira pelo impulso inicial, quando ainda não sabia como ia ser tratado o tema desta dissertação.

Resta agradecer às pessoas amigas que de alguma forma me apoiaram com uma palavra ou uma ação, confortando-me na decisão de continuar e terminar esta jornada.

palavras-chave

Atração, parque temático/aquático, interior de Portugal, meio rural, desenvolvimento turístico

resumo

O turismo tem vindo a posicionar-se como um dinamizador das zonas rurais através da criação de atrações turísticas que constituem para os visitantes os principais motivos de deslocação a um destino, e conseqüentemente permitem estimular a economia local e beneficiar a região onde se insere.

O parque aquático da Almargem é considerado neste estudo como uma atração turística com potencial para dinamizar a região onde se localiza, a NUT III Viseu Dão Lafões (VDL), ela própria inserida na Região Centro. Tratando-se de uma zona rural é importante entender que a construção de um parque temático pode representar um desafio que se pretende avaliar neste estudo. Por esse motivo o objetivo principal deste projeto será entender qual a importância de um parque temático como o parque aquático da Almargem para o desenvolvimento do turismo em meio rural.

Para tal, optou-se por uma metodologia qualitativa, por esta ser a mais utilizada na temática estudada, mas também por ser adequada à situação. Assim, a escolha de entrevistar os agentes territoriais foi determinada pelo facto do parque aquático da Almargem ainda estar em construção. Assim, foram entrevistados 14 agentes locais, dos quais cinco câmaras municipais (cidades de VDL), quatro grupos de acção local (GAL), duas entidades públicas relevantes e três entidades privadas todos ativos na área do turismo em VDL.

Estas entrevistas permitiram avaliar que uma atração turística em VDL é importante para dinamizar a economia local, emergindo assim uma aposta no turismo claramente assumida pelos organismos públicos, mas com entidades privadas também avançando com projetos apoiados pelo quadro comunitário, como o parque aquático da Almargem, que acaba por se posicionar como um complemento da oferta turística do território.

keywords

Attraction, theme park/waterpark, Portugal countryside, rural surroundings, tourist development

abstract

Tourism has become a driving force for rural areas through the creation of tourist attractions that are the main reasons for visitors to travel to a destination and, consequently, stimulate the local economy and benefit the region where it is located.

The Almargem water park is considered in this study as a tourist attraction with potential to energize the region where it is located, the NUT III Viseu Dão Lafões (VDL), itself inserted in the Center Region. In the case of a rural area, it is important to understand that the construction of a theme park can represent a challenge that we intend to evaluate in this study. For this reason, the main objective of this project will be to understand the importance of a theme park such as the Almargem water park for the development of tourism in rural areas.

For this, a qualitative methodology was chosen, since it is the most used in the studied subject, but also because it is appropriate to the situation. Thus, the choice of interviewing the territorial agents was determined by the fact that the Almargem water park is still under construction. Thus, 14 local agents were interviewed, including five city councils (VDL cities), four local action groups (LAGs), two relevant public entities and three private entities all active in the tourism sector in VDL.

These interviews allowed to evaluate that a tourist attraction in VDL is important to dynamize the local economy, thus emerging a bet on tourism clearly assumed by the public organisms, but with private entities also advancing with projects supported by the community framework, such as the Almargem water park, which ends up being positioned as a complement to the tourist offer of the territory.

ÍNDICE

CAPITULO I INTRODUÇÃO	1
I.1 Descrição do tema e relevância do estudo	1
I.2 Enquadramento teórico	2
I.3 Objetivos.....	4
I.4 Metodologia.....	4
CAPÍTULO II REVISÃO DA LITERATURA.....	7
II.1 Introdução	7
II.2 Os parques temáticos: enquadramento teórico	7
II.2.1 Categorização atrações turísticas	8
II.2.2 As atrações de visitantes/turísticas:	10
II.3 Definir Parque temáticos	13
II.4 Histórico das atrações e dos parques temáticos.....	18
II.5 Situação do Mercado dos Parques temáticos (situação mundial e europa), o que funciona, o que falha.....	21
II.6 Conclusão.....	25
CAPÍTULO III CARATERIZAÇÃO DA NUT III VISEU DÃO LAFÕES	27
III.1 Introdução	27
III.2 Caraterização físico-demográfica da sub-região Viseu Dão-Lafões	27
III.3 Oferta Turística	32
III.3.1 Recursos Primários	37
III.3.2 Recursos secundários	41
III.3.3 Estrutura Económica de suporte (empreendimentos turísticos)	43
III.4 Procura Turística	48
III.4.1 Indicadores da procura turística.....	48
III.4.2 Indicadores de concretização.....	52
III.5 Apresentação do Complexo turístico da Almagem.....	56
III.6 Conclusão.....	57
CAPÍTULO IV METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO	61
IV.1 Introdução:	61
IV.2 Modelo de investigação: fundamentação da metodologia e suas limitações.....	61
IV.2.1 Fundamentação do modelo de investigação	61
IV.2.2 Limitações da pesquisa.....	63
IV.3 Metodologia aplicada.....	65

IV.3.1 Seleção do tema, definição do problema de investigação e dos objetivos principais...	65
IV.3.2 Objetivos específicos e construção do modelo de investigação.....	68
IV.3.3 Entrevistas, análises de conteúdo e verificação de hipóteses.....	71
IV.4 Conclusão	75
V. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS, ANÁLISE DE CONTEÚDO E DISCUSSÃO	77
V.1 Introdução	77
V.2 Apresentação dos resultados	77
V.2.1 A dualidade rural/urbana: diferenças que se complementam.....	78
V.2.2 Complementaridade entre áreas rurais e urbanas	81
V.2.3 Caracterização dos setores de actividade no território	82
V.2.4 Estratégias de desenvolvimento adotadas em VDL e limitações.....	84
V.2.5 O turismo como aposta estratégica	87
V.2.5.1 Os recursos turísticos constituintes da identidade de VDL	88
V.2.5.2 Principais limitações ao desenvolvimento do turismo no território	91
V.2.6 Os investimentos públicos estruturantes vs. investimentos privados megalómanos	93
V.2.7 Apoio aos projetos de cariz turístico: o caso do Parque Aquático da Almargem	97
V.3 Discussão dos resultados.....	100
V.3.1 A dualidade rural urbana e a definição de estratégias.....	100
V.3.2 Setores de actividade	102
V.3.3 O turismo como aposta estratégica	103
V.3.4 Investimentos públicos estruturantes vs. Investimentos privados megalómanos.....	104
V.3.5 Apoio aos parques temáticos: o caso do parque aquático da Almargem	105
V.4 Conclusão	107
VI. SÍNTESE E CONCLUSÕES	109
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	115
ANEXOS	119
Anexo 1 Guião da entrevista direcionada às entidades públicas e privadas.....	119
Anexo 2 Guião de entrevista à equipa gestora da Almargem	120
Anexo 3 Matriz dos recursos turísticos da região Viseu Dão Lafões.....	122
Anexo 4 Matriz dos recursos turísticos Viseu Dão Lafões-Abrangência no território	130

ÍNDICE DAS FIGURAS

Figura II.2.1.1 Classificação das atrações de visitantes por Leask.....	9
Figura II.5.2 O produto atração segundo Wanhill (2008)	23
Figura II.5.3 Seleção dos fatores de falhanço dos parques temáticos.....	24
Figura III.2.4 Mapa de Portugal com as divisões estatísticas NUT III	28
Figura III.2.5 Mapa da NUT III Dão Lafões e seus municípios.....	28
Figura IV.2.1.6 Etapas do processo de investigação-Comparação entre Veal e Campehoudt e Quivy.....	62
Figura IV.3.7 Processo metodológico adotado.....	65
Figura IV.3.1.8 Objetivos gerais por capítulo	67
Figura IV.3.2.9 Definição dos objetivos específicos ligados ao capítulo da revisão da literatura.....	68
Figura IV.3.2.10 Definição dos objetivos específicos ligados ao capítulo da caracterização da NUT III Viseu Dão Lafões.....	69
Figura IV.3.2.11 Desenvolvimento do quadro conceptual.....	70
Figura IV.3.2.12 Modelo teórico	70
Figura IV.3.3.13 Questões decorrentes dos objetivos definidos do capítulo caraterização da NUT III Viseu Dão Lafões.....	72
Figura IV.3.3.14 Questões decorrentes dos objetivos definidos do capítulo da revisão da literatura.....	73

ÍNDICE DOS GRÁFICOS

Gráfico III.2.1 Composição da população da NUT III Dão Lafões, por sexo e por faixa etária	29
Gráfico III.3.2 Evolução da capacidade de alojamento dos municípios da NUT III Dão Lafões	34
Gráfico III.3.3 Estabelecimentos Hoteleiros na NUT III Dão Lafões por município entre 2009 e 2014	35
Gráfico III.3.3.4 Tipos de empreendimentos turísticos existentes na NUT III Dão Lafões ..	44
Gráfico III.3.3.5 Subsetores do Turismo da NUT III Dão Lafões.....	46
Gráfico III.3.3.6 Turismo (total subsectores) por municípios.....	46
Gráfico III.3.3.7 Percentagem dos sectores de atividade da NUT III Dão Lafões	47
Gráfico III.4.1.8 Evolução das dormidas nos estabelecimentos hoteleiros na NUT III Dão Lafões	49
Gráfico III.4.1.9 Evolução do número de hóspedes, por localização.....	50
Gráfico III.4.1.10 Evolução da percentagem de hóspedes estrangeiros	52
Gráfico III.4.2.11 Repartição dos proveitos totais por municípios (%) em 2015.....	55
Gráfico III.4.2.12 Evolução dos proveitos totais dos estabelecimentos hoteleiros	56

ÍNDICE DAS TABELAS

Tabela II.3.1 Lista de definições do conceito de parques temáticos	14
Tabela II.3.2 Conjunto de critérios que definem o conceito de parque temático, segundo Anton Clavé, 2007	17
Tabela III.2.3 Indicadores demográficos	30
Tabela III.3.4 Evolução da Capacidade de Alojamento da NUT III Dão Lafões por municípios e por ano	32
Tabela III.3.5 Número de Quartos por município da NUT III Dão Lafões	36
Tabela III.3.3.6 Contagem dos empreendimentos turísticos, por categoria e por município da NUT III Dão Lafões	43
Tabela III.3.3.7 Subsetores semelhantes à CST da NUT III Dão Lafões e municípios	45
Tabela III.4.1.8 Dormidas nos estabelecimentos hoteleiros por localização geográfica e por ano	48
Tabela III.4.1.9 Hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros	50
Tabela III.4.1.10 Percentagem de hóspedes estrangeiros nos estabelecimentos hoteleiros da NUT III Dão Lafões	51
Tabela III.4.2.11 Taxa líquida de ocupação cama % nos estabelecimentos hoteleiros na NUT III Dão Lafões	52
Tabela III.4.2.12 Estada média (nº) nos estabelecimentos hoteleiros por localização, entre 2003 e 2015	53
Tabela III.4.2.13 Proveitos totais em milhares de euros dos estabelecimentos hoteleiros	54
Tabela IV.2.2.14 Documentos obtidos na revisão da literatura	64
Tabela IV.3.3.15 Objetivos associados aos pressupostos de investigação	74
Tabela V.3.1.16 Validação das questões de investigação sobre a dualidade rural/urbana e estratégias	100
Tabela V.3.2.17 Validação da questão de investigação sobre setores de atividade	102
Tabela V.3.3.18 Validação das questões de investigação sobre turismo	103
Tabela V.3.4.19 Validação das questões de investigação sobre investimentos	104
Tabela V.3.5.20 Validação das questões de investigação sobre parques temáticos	105

Lista das abreviaturas

CIM VDL	Comunidade Intermunicipal de Viseu Dão Lafões
DOC	Denominação de Origem Controlada
DOP	Denominação de Origem Protegida
IAAPA	International Association of Amusement Parks and Attractions
PT	Parques Temáticos
VDL	NUT III Viseu Dão Lafões

CAPITULO I INTRODUÇÃO

I.1 Descrição do tema e relevância do estudo

O turismo tem vindo a afirmar-se como uma indústria e é assumido como parte das estratégias de desenvolvimento planeadas pelos governos (Briedenhann & Wickens, 2004; Ajake, 2015). Assim se propiciam oportunidades de desenvolvimento de zonas em desaceleração do ponto de vista demográfico e económico. Surge assim uma proposta de projeto que tem o intuito de entender **como um espaço dito rural/de baixa densidade populacional poderá renascer com outro tipo de turismo do que aquele a que é naturalmente associado.**

Neste contexto, as **atrações turísticas** são uma mais-valia quando se trata de atrair públicos, considerando que os **parques temáticos** fazem parte das atrações turísticas e que são potencialmente uma alternativa ao turismo de natureza.

Uma atração turística poderá trazer **possibilidades de desenvolvimento** e contribuirá para o turismo local que tende mais para a natureza e as suas valências. Os impactos evidentes concernem a área económica no seu sentido lato: criação de emprego, desenvolvimento consequente do efeito multiplicador (do turismo), retorno económico para o município, possível atração e instalação de população. Efetivamente, o projeto aqui em estudo insere-se num **espaço ainda fortemente marcado pelo passado altamente rural**, caraterístico do interior português. Nesta ótica, Kayser (1990, cit por Hervieu & Purseigle, 2013) assume que o rural se define a partir de uma densidade populacional baixa onde a própria paisagem é predominantemente vegetal. Observando os dados do Instituto Nacional de Estatística (INE, 2013), consta-se que cerca de **67% da população do concelho de Viseu vive em espaços onde a aglomeração demográfica não excede os 1999 habitantes**. Ou seja, mais de metade dos habitantes, do concelho de Viseu, reside em pequenos aglomerados habitacionais que aspiram mais à ruralidade.

O caso aqui em causa leva-nos para **Almargem, freguesia de Calde, concelho de Viseu**, onde se está a desenvolver um projeto para um parque temático. Segundo as informações já recolhidas terá outras vertentes para além de parque de diversões (restauração, *bungalows* para alojamento, atividades, entre outras). Ou seja, será um espaço com caraterísticas próximas de um **resort** onde o turista poderá prolongar a sua estadia.

Oferecem-se então **duas linhas estratégicas de desenvolvimento** no parque aquático da Almagem situado na zona interior do país: numa perspetiva, pode tornar-se uma **alternativa ao mar**, uma alternativa provavelmente menos dispendiosa; noutra perspetiva, também se pretende **atrair portugueses que vivem além-fronteiras**.

Dos 27 parques temáticos listados em Portugal (Turismo de Portugal, 2013), 13 têm uma vertente aquática, dois situam-se na zona Norte e poderão ser concorrentes (Parque Aquático de Amarante e *Natur-Waterpark* de Vila Real), mas nenhum junta os mesmos elementos que constituem o parque alvo deste estudo. Assim, o Parque Aquático do Almagem posiciona-se como um **potencial motor de desenvolvimento turístico para a região onde se insere**, sendo uma opção **inovadora em Portugal** de acesso todo o ano sob a sua vertente lúdica, oferecendo um complemento com as suas valências de alojamento, restauração e atividades *outdoor* e emergindo assim como um **produto turístico diferenciado**.

I.2 Enquadramento teórico

Existe um consenso que atribui ao turismo um lugar transversal na economia, assumindo assim um aspeto **multidisciplinar** (C. Costa, Brandão, Costa, & Breda, 2014) que se pode conjugar também nas suas componentes. Então em que medida se pode considerar as **atrações turísticas importantes** para o **desenvolvimento turístico**? É sabido que as atrações turísticas ocupam, um lugar central no sistema turístico (Gunn e Var, 2002, cit. por Caldeira, 2006; Swarbrooke, 2002), o que sugere uma influência importante nos espaços que as rodeiam. Assim sendo, os parques temáticos terão um particular protagonismo nesse mesmo sistema, tendo Middleton, Morgan, & Fyall (2009) classificado os parques temáticos como elemento integrante das atrações turísticas. Efetivamente, este projeto pretende entender o quão importante é um parque temático para a sua envolvente, ainda mais quando se trata de um território considerado de baixa densidade, devido particularmente ao reduzido número de população.

Os **espaços de baixa densidade** são geralmente comparados às **áreas rurais** (Jolliffe, 2000) que também são caracterizadas pelo adjetivo **periféricas** (Blomgren, 1998; Jolliffe, 2000). Este lado periférico é realçado por Wanhill (1997) que também se identificou a nível europeu, onde Portugal entra no chamado “**arco atlântico**” que corre da Escócia até Portugal e continua seguindo as margens do Mediterrâneo para leste da Europa. Portugal

será então um espaço, já por si só, periférico a nível internacional, e conseqüentemente a nível nacional.

Os **parques temáticos** terão neste tipo de espaço um **particular protagonismo** como o referem Jolliffe (2000) e Sharpley (2007). O exemplo do parque **EuroDisney/Disneyland Paris** ilustra bem o **impacto** que os parques temáticos têm em zonas mais afastadas dos centros urbanos, e D’Hautesserre (1997) assim o entendeu, caracterizando o parque EuroDisney/Disneyland Paris de “polo de crescimento” (p.31). É sensato pensar que o parque aquático da Almargem terá um desenvolvimento semelhante ao desenvolvimento de outros parques e levará consigo nesta engrenagem positiva a região onde se insere, até porque poderá ser uma resposta à sazonalidade que de alguma forma, estigmatiza a atividade turística (Connell, Page, & Meyer, 2015; Fleischer & Felsenstein, 2000).

Em termos práticos, um empreendimento desta envergadura irá permitir a criação de emprego para a população local e desencadeará o efeito multiplicador. Rubin (2009, cit. por Milman, Okumus, & Dickson, 2010) alimenta esta hipótese ao afirmar que a indústria dos parques temáticos está em forte expansão, informando que em 2008, mais de 186 milhões de pessoas visitaram os 25 parques temáticos mais frequentados no mundo. O que, segundo o mesmo autor, corresponde a um número superior aos turistas que visitaram a China, a Itália, Espanha e Reino Unido tudo em conjunto.

Existe um real **potencial dos parques temáticos** que podem alavancar uma região num patamar económico mais confortável. Esta perspetiva de parque temático/resort abre novas perspetivas no que toca ao desenvolvimento turístico de forma sustentável, aspeto que não pertence unicamente ao turismo de natureza, mas sim à atividade turística que se implanta em zonas rurais, como se observa no caso prático. Amir, Ghapar, Jamal, & Ahmad (2015) referem que um produto turístico sustentável (caso de estudo localizado na Malásia) visa benefícios para os locais como para os turistas, ou seja prevalece a ótica sustentável que o turismo tem adotado nos últimos anos.

Em suma, a implementação de um **parque temático/aquático/resort** numa zona rural do interior de Portugal é visto como um fator positivo, potencialmente redutor de pobreza (Biddulph, 2015) e agindo como motor da economia (Blomgren, 1998).

I.3 Objetivos

Os objetivos da proposta de tese de Mestrado prendem-se com o **desafio** que constitui a construção de um parque temático numa zona rural. O **principal objetivo** será entender quão **importante uma atração turística** deste género será **para a comunidade local, especialmente os agentes de planeamento e desenvolvimento** de uma zona de baixa densidade demográfica, com vocação para a agricultura, mesmo se de subsistência.

Os **objetivos específicos** permitirão entender mais detalhadamente como é vista a implementação de uma atração turística nesse tipo de espaço. Do ponto de vista da população, poderá ser uma oportunidade de emprego; para as empresas, será uma oportunidade de negócio. Contudo, também se pode pensar no ambiente e nos gastos de energia que este parque aquático coberto poderá ser. Assim, para conseguir responder ao objetivo principal deste estudo, que na literatura é, maioritariamente, acolhido favoravelmente, convinha compreender quais as categorias de perceção que cada agente local possui. O que é mais importante desenvolver neste espaço? Afinal que lugar é atribuído a um parque temático numa comunidade rural, principalmente, nos seus órgãos gestores e planeadores? Que papel terão os agentes locais no desenvolvimento desta atração?

I.4 Metodologia

O objetivo principal deste estudo pretende evidenciar **a importância de um parque temático para o desenvolvimento local do turismo em meio rural.**

O primeiro passo consistiu numa **pesquisa empírica** onde se recolheram dados sobre a atração estudada e as atrações de forma geral. A **revisão da literatura** acompanhou este processo analisando os principais conceitos desta temática e observando as suas ligações. As palavras-chave utilizadas foram: atrações, parques temáticos, áreas rurais e desenvolvimento turístico.

Um trabalho de campo será necessário, para obter o parecer dos agentes locais do território. Optou-se então pelo método **qualitativo**, com a elaboração de **entrevistas face-to-face**, onde a **amostragem** será de tipo **não aleatório e intencional**. Os casos escolhidos permitirão uma recolha de dados primários que serão transcritos e analisados para elaborar uma categorização da informação, e assim desvendar os tópicos principais que preocupam, nesta implementação de grande dimensão, os agentes locais da comunidade.

Os critérios de seleção da população em estudo serão baseados na **localização geográfica** e na **função assumida** pelas entidades representantes da gestão e do planeamento. Aqui a representatividade não é relevante como para uma metodologia quantitativa (Veal, 2006).

A construção do modelo teórico foi baseada nos pressupostos de Veal, Van Campenhoudt e Quivy, no que respeita às etapas que o compõem, adaptando um modelo adequado a esta pesquisa. Assim, optou-se por dividir este modelo em três etapas principais:

- Seleção do tema, definição do problema de investigação e dos objetivos principais;
- Construção do modelo teórico e afinação dos objetivos específicos;
- Entrevistas, análise de conteúdo e verificação das hipóteses.

Mantendo um fio condutor entre estas três etapas, pretende-se atingir os objetivos propostos e assim responder à pergunta de partida **qual a importância de um parque temático como o parque aquático da Almargem para o desenvolvimento do turismo em meio rural?**

Para tal, este estudo iniciou-se com a revisão da literatura que constituirá o **primeiro capítulo** e permitirá avaliar o estado da arte dos parques temáticos. Prosseguiu-se com a caracterização da região de estudo a NUT III Viseu Dão Lafões como **segundo capítulo**, evidenciando não só os aspetos físicos e demográficos mas também avaliando o setor do turismo presente no território. O **capítulo III** pretende esclarecer detalhadamente a metodologia acima referida, permitindo compreender como foram delineados os objetivos e a entrevista aplicada aos agentes territoriais. Por último, no **capítulo IV** procedeu-se à apresentação dos resultados, à análise do conteúdo das entrevistas e à discussão, processo que permitiu avançar para a síntese e as conclusões deste estudo.

CAPÍTULO II REVISÃO DA LITERATURA

II.1 Introdução

Esta investigação assume que os parques temáticos são considerados como atrações turísticas. Assim sendo, este capítulo visa definir os conceitos de atração turística e de parque temático (PT) para poder enquadrá-los no sistema turístico, através de uma revisão da literatura que irá destacar como é tratado este tema pelos autores que mais o manipulam.

Uma abordagem geral permite avaliar que não é uma área onde a investigação é muito desenvolvida. Contudo emergem algumas características que permitem chegar a uma definição que poderá ser adotada neste trabalho.

De seguida, um enquadramento histórico irá trazer mais elementos úteis ao entendimento dos conceitos em estudo, e permitirá finalizar com os presentes interesses dos parques temáticos em termos de mercados, numa perspetiva geográfica, observando os motivos de sucesso ou de falhanço de uma indústria que embora seja recente (tal como o turismo), observou um progresso notável nos últimos vinte anos.

II.2 Os parques temáticos: enquadramento teórico

O tema dos parques temáticos carece de informação, sobretudo na sua vertente conceptual, como o indicam Pikkemaat & Schuckert (2007), ao afirmarem que “ parece ser uma área negligenciada na pesquisa em turismo” (p.201). Nesse sentido, Milman, Okumus, & Dickson (2010) destacam várias áreas do interesse dos parques temáticos sem propriamente propor uma definição. Assim, os aspetos económicos, como a contribuição dos parques temáticos para o desenvolvimento local ou os pontos a melhorar na gestão dos mesmos, são assuntos que mais despertaram interesse na investigação científica deste “subconjunto das atrações turísticas”, como o referem Dridea Catrinel & Strutzen (2008, p.635) na tentativa de definir os parques temáticos. Pikkemaat & Schuckert (2007) revelam ainda que os estudos referentes aos parques temáticos prendem-se mais com o perfil dos visitantes e os mercados, ou seja pouco desenvolvem a abordagem conceptual. De forma mais abrangente, Leask (2008) refere que um dos desafios na pesquisa sobre atrações é a falta de dados e materiais disponíveis, sendo que estes são muito específicos (à iniciativa das entidades gestoras das atrações) e limitados, não permitindo generalizações, e desta feita, comparações. Surge então a necessidade de enquadrar os conceitos de atração e de parque temático num domínio tão alargado como o turismo, pois como o sublinha Caldeira

(2006) é necessário “um maior esforço de investigação neste domínio (a pesquisa sobre atrações)” (p.61).

II.2.1 Categorização atrações turísticas

Lew (1987) refere que os estudos sobre atrações turísticas propõem três tipos de abordagens: ideográfica (abordagem descritiva das características da atração), organizacional (avaliação da capacidade e da natureza espacial e temporal da atração) e cognitiva (relativa à percepção do turista e à sua experiência na atração). Adotar esta proposta de Lew, que apresenta critérios de classificação abstratos, não permite sistematizar com facilidade a informação, e realçando-se assim alguma subjetividade que não serve os propósitos de estudos académicos.

Swarbrooke (2002) simplifica a abordagem às atrações propondo uma tipologia dividida em quatro: as **atrações naturais** (ou recursos naturais – sem intervenção humana); as atrações construídas cujo propósito não era o de atrair visitantes (como as igrejas); **as atrações construídas** com o objetivo de atrair visitantes (onde se podem situar os parques temáticos) e finalmente os **eventos**. Dridea Catrinel & Strutzen (2008) também aderem a esta classificação, onde é igualmente esclarecido que os parques temáticos são considerados atrações construídas que pretendem atrair visitantes.

Por sua vez, a proposta de Inskip (1991), assemelha-se à de Swarbrooke, categorizando as atrações da seguinte forma:

- “**Atrações naturais** baseadas nas características do ambiente natural;
- **Atrações culturais** baseadas na atividade humana;
- **Tipos especiais de atrações** que são criadas artificialmente” (p.77).

Consta-se que não há na categoria de atrações especiais qualquer alusão aos eventos, mas vislumbrando-se que os parques temáticos podem ser os ditos “elementos criados artificialmente.”

A classificação das atrações de Leask (2008) propõe igualmente a **dicotomia natural vs construída**, para além de outros critérios que se resumem na figura II.2.1.1, onde a diversidade de categorização das atrações emerge.

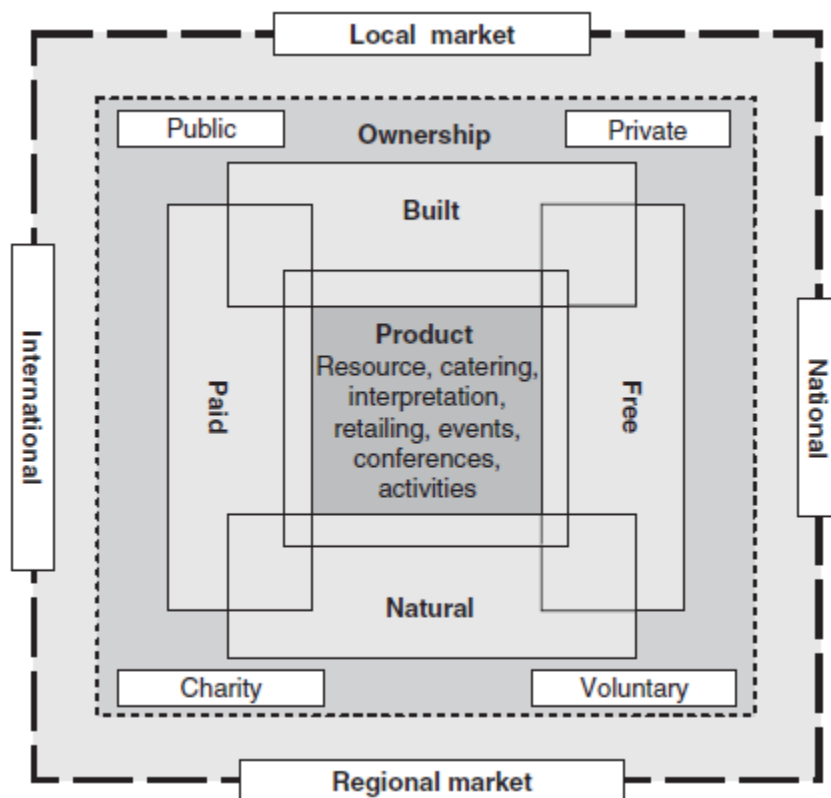


Figura II.2.1.1 Classificação das atrações de visitantes por Leask

Fonte: *Managing Visitors Attractions*, 2008, p.4

Leask (2008) apresenta uma categorização **multi-dimensional** que Wanhill (2008) considera possível através “da propriedade, da capacidade, do mercado ou área de captação, permanência e tipo” (p.17). Segundo Leask (2008), a **propriedade** refere-se ao estatuto do proprietário da atração e podem ser de cariz público ou privado, mas também de caridade ou voluntário. Este critério também determina qual a **política dos preços** aplicada em cada atração, ou seja se a entrada é paga ou não, dando assim a possibilidade de ser um ou outro tipo de atração, ou até ambas, tendo em conta os objetivos da organização em causa.

Conforme as políticas de preço adotadas abrangem-se **mercados** diferentes, o que também é indicado na figura 1 de Leask (2008), onde estão estipuladas as **áreas de captação de mercados** (local, regional, nacional e internacional). Estas noções são obviamente interligadas e condicionam a forma como a atração deve ser gerida. A autora não pretende com esta proposta ser exaustiva, contudo pode constituir um ponto de partida na pesquisa relativa à categorização da atração de visitantes. De certa forma, Gunn (1994) também opta por classificar as atrações através da **propriedade**, designando o governo (como entidade

pública), as organizações sem fins lucrativos e as empresas comerciais (como entidades privadas) como elementos constituintes da mesma. Esta forma de classificar parece de mais fácil entendimento, o que Gunn (1994) completa com o **fundamento do recurso** e o **tempo de estadia** como determinantes do tipo de atração, sendo que o fundamento do recurso realça se a atração tem origem natural ou cultural; e que o tempo de estadia determina se a atração é mais adequada às estadias longas ou às visitas de excursionistas.

Swarbrooke (2002) também considera as classificações supracitadas e propõe outros critérios que permitem abordar as atrações com outras perspectivas. Uma abordagem mais díspar de Swarbrooke (2002) mas que vai ao encontro da tipologia de Leask (2008) considera que as atrações podem ser categorizadas através do número de visitantes, da localização, do tamanho, do mercado alvejado e até através dos benefícios procurados pelos turistas.

Swarbrooke (2002) recorda que as atrações podem ser consideradas como **primárias** ou **secundárias**, onde a atração primária é a razão principal para o turista se deslocar, e a atração secundária aquela que é frequentada uma vez que se está no local por outros motivos. Esta proposta é de alguma forma subjetiva pois o que primário para alguns pode não o ser para outros (Swarbrooke, 2002).

Esta sucessão de critérios de classificação não permite ter certezas quanto ao tipo de atração com que se está a lidar. Contudo, é de ressaltar que a tipologia de Swarbrooke (2002) é a mais transversal e adequada ao assunto dos parques temáticos, considerando que são atrações construídas com o objetivo de atrair visitantes.

Não obstante, a certeza de que as atrações são importantes existe, e as designações de “*raison d`être*” do turismo (Boniface, Cooper, & Cooper, 2012, p. 48), ou como a base do turismo de uma região (Inskip, 1991), ou até como componente mais poderosa da oferta no turismo (Gunn, 1994) só confirmam esta realidade. Mas convém esclarecer o que se entende na literatura por **atração**, pois consoante o autor a denominação utilizada é de **atração turística** ou de **atração de visitantes**.

II.2.2 As atrações de visitantes/turísticas:

No decorrer das últimas décadas, a literatura propôs, através dos autores empenhados em pesquisar a área das atrações, várias formas de as designar. Enquanto Inskip (1991) e Lew (1987) falam de atração turística, Gunn (1994) prefere falar de atração, generalizando

mais o conceito. Por sua vez, Leask (2008) optou por utilizar o termo **atração de visitantes** e reconhece o quão difícil é determinar que uma definição sirva de referência a nível internacional, e isso deve-se principalmente à variedade da oferta em termos de atrações. Swarbrooke (2002) questiona qual a forma mais ajustada de nomear as atrações e rende-se á evidência do termo **atração de visitantes** ser mais adequado pois todo o visitante não é turista, sendo em grande parte os autóctones a frequentar uma atração.

Numa visão mais **sistémica** do **turismo**, a **atração de visitantes** pode ser definida através da **teoria de Leiper**, tendo em conta que “ o sistema turístico é expresso como a relação entre o turista, o núcleo e o elemento informativo” (Dybedal, 1998. p.20). O mesmo autor esclarece que o “núcleo” é alusivo às **caraterísticas** do sítio que o turista procura, sendo este considerado como elemento de atração, ou seja como a própria atração, que por essência, pode ser designada por “*flagship attractions*” ((Dybedal, 1998, p.19), quando se trata de uma atração de grande envergadura.

Para ser considerado como tal, a atração teria de contribuir para o desempenho do destino turístico de forma significativa (Echter & Ritchie, 1991, cit. por Dybedal, 1998). Este facto permite entender que o tamanho das atrações tem repercussões de ordem económicas nas regiões onde se localizam, o que afirma Dybedal (1998) ao dizer que estas atrações são identificadas como **polos de crescimento**, nomeadamente, para as zonas rurais/periféricas. Assim, o papel das atrações de grande envergadura revelar-se-á importante para o próprio destino onde se insere e contribuirá para atrair os visitantes e contentar os habitantes do local (Leask, 2008).

Contudo, o amalgame, no que respeita a delimitação dos conceitos de atração e de destino turístico, existe, e nesse domínio, Swarbrooke (2002) esclarece que os destinos turísticos são áreas mais alargadas que podem incluir uma certa quantidade de atrações individuais, reforçando que há uma forte ligação entre as duas entidades. Por outro lado, Swarbrooke (2002) admite que o crescimento dos conjuntos turísticos de tipo **resort** (Como Disneyland Paris, Center Parks ou Club Med) consegue diminuir o limite entre a perceção do que é uma atração ou um **destino turístico**. Tanto que Stevens (2000, cit. por Leask, 2008) refere que se vislumbra a emergência de **atrações-destino multifacetadas**, capazes de funcionar o ano inteiro, atraindo vários mercados, sendo uma nova geração de atrações *all inclusive*, o que invariavelmente invoca os *resorts* ou *flagship attraction*.

Na opinião de Sharpley (2007), para ser considerado como atração de grande envergadura, ou “*flagship attraction*”, é necessário reunir alguns critérios como obtenção de financiamento público, uma imagem claramente definida, um planeamento bem construído que inclui as questões do desenvolvimento económico de forma sustentável e a inclusão da comunidade local no processo; ou seja não é suficiente ter um tamanho imponente, é necessário ser credível para se assumir como atração. Nesse sentido, Swarbrooke (2002) identifica “**quatro áreas** que merecem atenção: a organização e os seus recursos (humanos e financeiros); o produto [...]; os seus mercados potenciais e a gestão da atração [...]” (p.134). Estes elementos são apresentados como sendo os pré-requisitos necessários à implementação de uma atração, e conseqüentemente de um parque temático.

Assim sendo, uma atração, para além de ser um elemento central do sistema turístico, tem de possuir imponente e uma máquina gestora bem preparada, pois a tendência deste elemento da oferta turística, é ser assimilado ao produto turístico. Isto pressupõe um **inter-relacionamento entre subsectores** do turismo que sejam eficazes, pois opera-se um círculo vicioso onde “o valor de uma atração de visitante específica dentro de um destino turístico também pode ser um motivador fundamental na atração de negócios para o destino” (Leask, 2008, p. 11). Daí a importância de um bom trabalho a montante, na preparação do produto atração, pois segundo Wanhill (2008) o *imagescape* desse mesmo produto é central na experiência que o visitante procura viver, dando assim possibilidade de construir produtos atração à medida e correspondentes às necessidades dos mesmos.

Em boa verdade, realçam-se aqui algumas informações relativas à gestão de atrações, que acabam por juntar um grau de complexidade à definição do conceito de atração. Efetivamente, numa visão mais conceptual, definir o conceito de atração é de difícil consenso por haver um leque exaustivo de propostas (Swarbrooke, 2002; Caldeira, 2006; Fyall, Leak, Garrod, & Wanhill, 2008). Estas podem ser descritas como “recursos **permanentes** que são concebidos, controlados e geridos para o **gozo**, o **entretenimento** e a **educação** do público visitante” (Dridea Catrinel & Strutzen, 2008, p. 635). Pressupõe-se que a atração esteja aberta o ano inteiro para o entretenimento, com objetivos lúdicos ou até pedagógicos, com fundo de gestão conduzida nesse sentido. Contudo não se contemplam aqui mais condições que poderão servir para esclarecer o conceito.

Alguns elementos suplementares são dados por Swarbrooke (2002) ao citar a *British Tourist Authority* (2000) que propõe uma definição similar onde está estipulado que o

deslocamento do turista ou visitante do dia (excursionista) não terá só como motivo assistir a um espetáculo de teatro, ou uma manifestação desportiva, ou até ir ao cinema. Ou seja, estendem-se as possibilidades do que se pode considerar como atração, mesmo se ainda persiste alguma nebulosidade. Prideaux (2008) e Caldeira (2006) defendem, ao citar Walsh-Heron & Stevens (1990), que a definição de atração de visitantes deve reunir os seguintes critérios:

- Procura atrair visitantes;
- Constitui uma experiência divertida e agradável e é desenvolvida com vista a realizar este potencial;
- É gerida como uma atração para proporcionar satisfação aos seus clientes;
- Oferece equipamentos apropriados;
- Pode ou não cobrar pela entrada.

Swarbrooke (2002) concorda com estes critérios como forma de definir o conceito de atração e realça que as “atrações tendem a ser unidades unitárias [...] de pequena escala, claramente definidas que são acessíveis e motivam um largo número de pessoas a viajar para alguma distância da sua residência, habitualmente no seu tempo de lazer ...” (traduzido por Caldeira, 2006).

II.3 Definir Parque temáticos

Como já foi referido, o parque temático é uma atração de visitantes cujo objetivo é o de atrair visitantes, observando-se assim, especial ênfase sobre as **estratégias de gestão** dos parques temáticos na literatura. Assim o descreve Clavé (2007), citando Botteril (1997), ao afirmar que os parques temáticos se distinguem por destacar o controlo, a narração e a integração estratégica numa matriz. Por outras palavras o parque temático tem de ser pensado e construído de forma a obter resultados com um número crescente de visitantes. Tanto que para Dridea Catrinel & Strutzen (2008), os parques temáticos têm características principais que se prendem com o facto de ser um empreendimento com altos investimentos, que terão de ser amortecidos com os lucros obtidos, fator que permite distingui-los da generalidade das atrações. Porém, a elaboração de uma tabela (tabela II.3.1) onde se acumularam as diferentes propostas de definições do conceito de parque temático pareceu pertinente e permitiu estabelecer algumas conexões que facilitaram a compreensão do assunto aqui tratado.

Como o bom senso o indica, os parques temáticos apresentam um **tema** principal e vários subtemas ligados entre eles de forma coerente (Milman, 2007). A esse propósito, Milman (2010) sublinha que nos parques temáticos contemporâneos, nem só o tema é bem definido e deve ser uma das pedras basilares do parque temático, como a **experiência do visitante** é também um dos alicerces da própria conceção do conjunto de entretenimento, tanto que um dos objetivos dos parques temáticos, no qual vários autores se encontram, é propriamente a criação de um mundo de sonho, numa atmosfera lúdica, de fantasia, de outros tempos, propiciando a **fuga da rotina** ou uma **atmosfera de fantasia**, como indicado na tabela II.3.1 realçado em vermelho (Clavé, 2007; Dridea Catrinel & Strutzen, 2008; Dybedal, 1998; Martins & Costa, 2009; Milman, 2007, 2010). Clavé Anton (2007) acrescenta que não se trata só de um “lugar para o lazer, como o seriam os parques de entretenimento tradicionais, mas sim um lugar de ficção que baseia a sua existência na materialização de narrações fantásticas através de formas, volumes e performances” (p.22). Pode-se considerar que os parques têm de ser um mundo à parte para sobreviverem, ao que Coltier (1985) chamaria de “**universo fechado**” (cit. por Clavé Anton, 2007), sendo este um dos critérios que a literatura fornece na construção da definição dos parques temáticos como consta na tabela II.3.1.

Tabela II.3.1 Lista de definições do conceito de parques temáticos

Autor	Definição de parque temático
Dybedal, 1998	<ul style="list-style-type: none"> • Primarily an outdoor attraction; • A visitor destination in its own right; • Based on rides, which are operated as a single management unit; • makes an admission charge or all-inclusive ride charge, which covers the use of all the major facilities in the park; • Constructed around the needs of visitors, rather than relying on natural features; • Focused on entertainment rather than education
Pikkemaat & Schuckert, 2007	<ul style="list-style-type: none"> • being an outdoor attraction • which combines rides, attractions and shows; • designed around a central theme or group of themes; • being charging a pay-one-price admission fee to visitors; • theme park is an amusement park that has themed attractions, be it food, costumes, entertainment, retail stores and/or rides
Martins e Costa 2009	<ul style="list-style-type: none"> • Empreendimentos de animação turística inspirados em algo histórico, cultural, etnográfico, lúdico ou ambiental, característico ou não do local em que se insere; • Ampliam a oferta ao nível do lazer, nas suas funções de recreação, divertimento e pedagogia, de uma região. • Empreendimento de grande escala que utilizam temas diversos; • Ancorados no imaginário colectivo, adoptando como estratégia de mercado o estímulo da actividade turística; • Concebidos com base num conceito que conjuga a fantasia e a ilusão de um

	<p><i>novo mundo;</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Observa-se também que estes parques apostam numa forte identidade corporativa e implantam-se em áreas extensas e bem delimitadas, na qual “a realidade deve parecer um sonho e o sonho realidade</i> • <i>Convidam o visitante a uma fuga da rotina através de uma viagem virtual a um mundo imaginário ou a um cenário histórico cuidadosamente recriado</i>
<i>(Clavé Anton, 2007</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>The purpose of each detail, of both the concept and operation, is to contribute to the creation of an atmosphere of amusement and dreams'</i>
<i>Clavé Anton, 2007</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Closed universe whose purpose is to succeed in the encounter between the dreamy atmosphere it creates and the visitor's desire for depaysement'."</i>
<i>Dridea Catrinel & Strutzen, 2008</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Theme parks attempt to create an atmosphere of another place and time;</i> • <i>Usually emphasize one dominant theme around which architecture, landscape, rides, shows, food services, costumed personnel, retailing are orchestrated;</i>
<i>Milman, 2010</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>New concept of tourist attractions and attempt to create fantasy atmosphere of another place and time</i>

Fonte: elaboração própria

Assim, à semelhança da maioria das atrações, os parques temáticos têm uma infindável variedade, que podem depender de inúmeros critérios, embora algumas características comuns permitem delimitar o conceito de parque temático. A tabela II.3.1 facilita este exercício e com base em Richard (1994, cit. por Dybedal, 1998) sugere-se que os parques temáticos são definidos mais facilmente com uma serie de critérios como:

- Ser uma atração ao ar livre;
- Ser um destino turístico por si só;
- Ser baseado em atrações/passeios/diversões;
- A aplicação de uma tarifa à entrada com o acesso a todas as diversões ou não;
- Ser construído à volta das necessidades do visitante;
- Ser mais orientado para o entretenimento do que a aprendizagem.

Como estipulado na tabela II.3.1, constata-se que Camp (1997, cit. por Pikkemaat & Schuckert (2007) propõe uma definição similar (identificada na tabela 1 com cores: atração ao ar livre -verde escuro-, baseada em diversões -preto-, com uma tarifa única-verde claro-) com o realce no fator “tema”(a **negrito** na tabela II.3.1) e outros elementos que são parte integrante dos PT's como são conhecidos hoje, o que Pikkemaat & Schuckert (2007) designam de “ [...] *Food, costumes, entertainment, retail stores and rides*” (p.5), ou seja admitem a presença de fornecedores de alimentação, ou outros bens de consumo que possam assim influenciar o visitante para que permaneça o mais tempo possível no PT. Na opinião de Clavé Anton (2007), citando Ritzer (1999) os PT's são “**catedrais do**

consumo”, isto é, na sua versão atual, apresentando esta tendência consumista ao seio dos PT’s como característica da evolução da sociedade (p.21).

Consta-se então que os parques temáticos são espaços com várias valências onde as necessidades do consumidor têm de ser satisfeitas, de tal forma que alguns autores caracterizam os PT’s de *resorts* (Braun, 2000; Milman, 2010), o que ultrapassa o simples espaço de entretenimento, atribuído aos *amusement parks*, predecessores dos parques temáticos (Dridea Catrinel & Strutzen, 2008). Na tabela II.3.1, Martins & Costa (2009) propõem outra abordagem ao conceito afirmando que os parques temáticos são

Empreendimentos de animação turística inspirados em algo histórico, cultural, etnográfico, lúdico ou ambiental, característico ou não do local em que se insere, que ampliam a oferta ao nível do lazer, nas suas funções de recreação, divertimento e pedagogia, de uma região.
(p. 54)

A **vertente animação** com fins lúdicos e pedagógicos emerge novamente e define aqui os PT’s que parecem só ter projeção regional quando a realidade é outra. Se Milman (2010) propõe que os parques temáticos podem ser classificados de acordo com a sua localização geográfica, já Clavé Anton (2007) sugere que existem vários tipos de parques temáticos condicionados pelo **número de visitantes** que atraem.

Esta abordagem é adotada pela IAAPA (International Association of Amusement Parks and Attraction) propondo três tipos de parques: parques temáticos **grandes** (mais de um milhão de visitantes), parques temáticos **médios** (entre 250000 e um milhão de visitantes) e parques temáticos **pequenos** (menos de 250000 visitantes) (D & J International Consulting & Morisetti Associates for IAAPA, 2014). Na mesma lógica, os “*destination parks*” (parque destino turístico) que podem ser assimilados às atrações “*flagship*” já mencionadas, são concebidos para atrair um número de visitantes importante e vindos de sítios distantes o que lhes propicia estadias como turistas (Clavé, 2007, p. 29) alimentando assim a indústria do turismo. Os “*Regional parks*” seriam os que corresponderiam à definição de Martins & Costa e são designados por Clavé Anton (2007, p.30) como entidades que atraem um número significativo de visitantes que só ficariam uma hora, o que pressupõe serem visitantes vindos de regiões próximas (excursionistas).

E finalmente o mesmo autor designa os “*parks of local scope*” (parques de âmbito local) que são exclusivamente frequentados pelos autóctones, ou seja, um mercado bastante reduzido que poderá ter a sua razão de ser, pois os objetivos de cada parque podem fazer

variando o número de visitantes necessário ao funcionamento do mesmo. Invariavelmente, qualquer que seja o tipo de PT, mantém-se o objetivo de atrair visitantes para que possam usufruir de um espaço destinado ao lazer e afins. Contudo a abrangência do mercado é só uma das abordagens que permite definir a noção de parque temático.

Segundo Clavé Anton (2007) a tipologia dos PT's contém também a noção de **tamanho** que pode ser avaliado em número de visitantes, superfície do parque ou número de colaboradores. Somam-se a esta constatação algumas propostas de classificação dos parques temáticos, onde Braun (2000) avalia que possa haver duas formas de os definir: pelas **caraterísticas** que estes apresentam e pela **hierarquia** no que concerne a **importância económica** do parque na região. O mesmo autor distingue cinco tipos de parques temáticos quando se trata da abordagem pelas características, considerando que assim os “*Enjoyment Parks, Urban Entertainment Centers, Sport and Fun Parks, Bath Parks*” e “*Experience Parks*” são parques temáticos (p.23). Milman (2010) concorda em dizer que existe uma larga variedade de parques temáticos a nível mundial e também menciona uns “*Family Entertainment Centers (FEC)*” e os “*themed water parks*”, como categorias de parques temáticos **focados em mercados específicos**, dando como exemplo o parque Legoland na Dinamarca que visa o público familiar através do brinquedo de construção Lego (p.7), como visa a maioria deste tipo de espaço de lazer.

Clavé Anton (2007) entendeu o quão vasto é o domínio dos parques temáticos e o quão árduo seria defini-lo, pois assinala que a unidade *Tourism Research and Marketing* (1995) conclui que o conceito de parque temático não terá sido definido por haver uma multitude de formatos que possam endossar tal descrição. A verdade é que as **caraterísticas** são elementos que distinguem os parques temáticos no meio das atrações, e na falta de uma definição, Clavé Anton (2007) apresentou uma listagem de **doze critérios** (tabela II.3.2) que, a seu ver, deverão estar todos reunidos para se poder falar de parque temático:

Tabela II.3.2 Conjunto de critérios que definem o conceito de parque temático, segundo Clavé, 2007

CRITÉRIOS CITADOS DA OBRA DE CLAVÉ (2007)	CRITÉRIOS TRADUZIDOS E LIGAÇÃO AOS CRITÉRIOS JÁ ENUMERADOS
1. <i>They have a thematic identity that determines recreational alternatives.</i>	1. Têm uma identidade temática que determina as alternativas recreativas do parque. → Ideia do tema principal
2. <i>They contain one or more themed areas.</i>	2. Contêm um ou vários temas → Ideia do subtemas
3. <i>They are organized as closed spaces or with controlled access.</i>	3. São organizados em pequenos espaços fechados ou com acesso controlado. → Critério que testemunha da evolução

	de parque de diversões para parque temático.
4. <i>They have a great capacity to attract families.</i>	4.Capacidade para atrair as famílias. → Abordagem pelo mercado alvo
5. <i>They contain enough rides, shows and systems of movement to create a visit that lasts on average some 5 to 7 h.</i>	5.Contém atrações/divertimentos suficientes para fazer permanecer os visitantes entre 5h a 7h. → Já não contempla os mercados de onde são oriundos os visitantes
6. <i>They present atmospheric forms of entertainment (musicians, characters or actors who perform in the street 'free of charge').</i>	6.Apresentam espetáculos gratuitos ao ar livre. → Exemplo dos parques Disney
7. <i>They have an important commercial vocation (fundamentally food and beverages and shops).</i>	7.Têm uma forte vocação comercial (alimentação e bebidas, lojas diversas). → “Catedral do consumo”
8. <i>They have high levels of investment per unit of ride or show capacity.</i>	8.Alto nível de investimento por unidade de divertimento. → Investimento inicial importante
9. <i>They have high-quality products, service, maintenance and standards of cleanliness.</i>	9.Têm produtos de alta qualidade, assim como os serviços, manutenção e limpeza. → Como condição para a fidelização do visitante (marketing)
10. <i>They manage their productive and consumer processes centrally.</i>	10.Gestão centralizada da produção e do visitante.
11. <i>They incorporate technology as much in the production processes as in those of consumption.</i>	11.Integração de tecnologia em áreas como a produção e consumo
12. <i>Generally, though exceptions do exist, they have a single ('pay-one price') admission system.”</i>	12.Geralmente só fazem pagar um bilhete de entrada. → Critério que testemunha da evolução de parque de diversões para parque temático.

Fonte: Elaboração própria a partir de *The global theme park industry*, Clavé (2007, pp.28-29)

Os critérios que Clavé (2007) propõe abrangem as propostas já listadas na ótica de conceptualizar os parques temáticos. Assim o PT é um espaço bem definido geograficamente, com um tema bem delineado, e uma gestão também com objetivos claros, tudo em prol do visitante, para este passar um momento inesquecível. Este conjunto de doze características resume o que se pode considerar ser um parque temático, tendo em conta as vertentes gestão e marketing de experiência que nem sempre foram o alvo das atenções dos gestores. Um breve resumo histórico da evolução dos parques temáticos poderá trazer algo complementar a esta investigação.

II.4 Histórico das atrações e dos parques temáticos

Os marcos históricos que explanam a razão de ser das atrações não são de todo fáceis de identificar, pois como Swarbrooke (2002) o questiona: com quantos visitantes já se pode falar de uma atração e a partir de quando podemos atribuir o nome de atração? Swarbrooke (2002) ilustra de forma justa estas interrogações ao descrever as pirâmides do Egito que poderiam ter sido atração com os poucos romanos que as poderiam ter visitado. O autor

continua esclarecendo a segunda interrogação com a referência aos monumentos religiosos que inicialmente foram motivo de peregrinação por devoção, quando hoje o simples desfrute da beleza da arquitetura também provoca a viagem, então não seriam atrações em todos os casos? O parque temático, sendo uma atração, poderíamos colocar as mesmas questões, mas a especificidade dos critérios que os descrevem permite ter uma abordagem mais precisa.

Efetivamente, vários autores concordam em dizer que o primeiro parque temático a entrar na história, foi criado por Walt Disney em 1955 e implantado na Califórnia (cidade de Anaheim), sendo ele uma referência ainda hoje e respondendo ao nome de Disneyland (Braun, 2000; Clavé, 2007; Martins & Costa, 2009; Milman, 2007, 2010). Samuelson & Yegoians (2001, cit.por Clavé Anton, 2007) rematam que ao contrário da crença popular, Walt Disney não inventou o parque temático, pois sublinham que não se pode considerar que seja um parque temático por não corresponder exatamente à definição do conceito. Na realidade Milman (2007) admite que

Os **parques de diversão** foram os antecessores históricos dos parques modernos. As origens dos parques de diversões residem em festas religiosas antigas e medievais e feiras. Comerciantes, artistas e fornecedores de alimentos reuniam-se para tirar proveito da grande multidão temporária. (p.4).

Esta afirmação indica que os parques temáticos tiveram predecessores identificados em **parques de diversão** que tiveram suas origens nas feiras medievais onde se encontravam comerciantes, artistas e restauradores aproveitando-se do ajuntamento populacional que ocasionava esses acontecimentos. Milman (2010) também refere que os parques de diversão costumavam cobrar um preço à entrada de cada diversão, para além do modesto preço de entrada, quando observa que atualmente, nos parques temáticos só é cobrado uma taxa de entrada para se poder usufruir do espaço de lazer.

Assim, já se costumava ter em atenção as oportunidades de negócio que as feiras proporcionavam, sem no entanto haver algo na idade média que se identificasse com o atual parque temático. Porém, Wanhill (2008a) identificou um parque de diversões chamado Bakken, situado nos arredores de Copenhaga, cuja criação foi assinalada em 1583. No seguimento deste parque, continua Wanhill (2008a), muitos jardins foram criados como lugares de diversões, onde já se desenvolviam espetáculos de música e entretenimento, fogos-de-artifício, jogos e até as próprias diversões numa forma primitiva.

Wilmeth (1982, cit. por Milman 2007) refere-se aos “*pleasure parks*” que floresceram no século XVII em França e se espalharam pela Europa, e descreve-os como sendo os primeiros abertos em permanência ao público e exclusivamente para atividades *outdoor*. Milman (2007) citando a NAPHA (National Amusement Park Historical Association, 2007) esclarece que as atrações incluídas (entende-se aqui por atrações, as diversões que compõem o conjunto do *pleasure park*) eram as fontes, as flores, e outros jogos, o que vai de encontro com a pesquisa de Wanhill (2008a) supracitada.

O desenvolvimento dos parques temáticos é por isso indissociável das atrações, e é de realçar que se trata de uma indústria bastante recente no que concerne a compreensão do fenómeno, tal como o turismo, e consta-se que a criação do espaço de entretenimento de Walt Disney contribui para acelerar o processo de criação deste tipo de atrações (Martins & Costa, 2009). Swarbrooke (2002) assinala que após a segunda guerra mundial a quantidade de atrações disponíveis aumentou de forma notória, o que corresponde ao momento da criação de Walt Disney World, entre outros parques temáticos, ao que Mills (1990, cit. por Milman, 2007) acrescenta serem assim definidas as bases de um parque temático que ainda são validas hoje. Arroyo (2007), por sua vez, indica que o período pós guerra que o desenvolvimento dos parques temáticos foi favorecido pelo avanço tecnológico e o acréscimo de tempo de lazer, sabendo que obviamente as premissas de um conflito mundial contribuíram para o declínio da indústria dos parques de diversões e assim deixar lugar para os parques temáticos. O impulso foi efetivamente dado nos Estados Unidos onde Arroyo (2007) refere ter havido várias tentativas para copiar o elitista Walt Disney, mas sem sucesso.

Porém, Swarbrooke (2002) recorda que após a segunda guerra mundial, a generalidade das atrações conheceu uma forte evolução, não se devendo só à tecnologia e ao tempo de lazer disponível, mas sim ao reconhecimento de que o turismo era uma aposta económica importante. O mesmo autor realça a crescente validade legitimidade das atrações ao referir que nas décadas de 80 e 90 emergiu a consciência de que as atrações poderiam servir de base nas políticas de urbanização e de desenvolvimento regionais, facto que ainda hoje se verifica.

Mesmo sendo uma atração muito particular, o parque temático está hoje em dia com o vento em poupa e apresenta uma tão grande variedade que pode favorecer a abrangência dos mercados que pretende alcançar.

II.5 Situação do Mercado dos Parques temáticos (situação mundial e europa), o que funciona, o que falha.

O mercado dos parques temáticos evoluiu de tal forma nas últimas décadas que se proporcionou a criação de uma associação da indústria da diversão a **IAAPA** (International Association of Amusement Parks and Attractions) cuja criação em 1918, permite reunir hoje cerca de 4500 membros oriundos de mais de 90 países (Milman, 2010).

A relevância deste subsetor do turismo afirma-se com esta associação sem fins lucrativos que procura servir a indústria do entretenimento com comissões que facultam diretrizes para os profissionais da área. (IAAPA, 2009, cit. por Milman, 2010). Segundo esta organização existem mais de 400 parques temáticos nos estados unidos, cerca de 307 na Europa, considerando que estas zonas geográficas são as mais representativas do mercado do parque temático, observa-se no entanto que a Asia vive uma expansão promissora com cerca de 67 milhões de entradas nos dez parques temáticos asiáticos mais visitados em 2008 (D & J International Consulting & Morisetti Associates for IAAPA, 2014; Milman, 2010).

Clavé (2007) traz outro ponto de vista quanto ao mercado do parque temático onde é evidenciado que a Europa tem PT's mais pequenos em comparação com os Estados Unidos e Canada ou até com a Asia. Constata-se que, a quantidade de parques temáticos que recebem acima dos 5000 visitantes reduz o total de PT's no mundo a 362, dos quais 127 localizados na Asia e 133 na América do Norte e 92 na Europa. Segundo Clavé (2007), esta observação prende-se com o fator comportamental do visitante, mas também com a maturidade do mercado dos parques temáticos já referida, onde a América do Norte possui um mercado baseado em multinacionais como Disney ou Universal, e a Europa mais vocacionada para empreendimentos de tamanho pequeno a médio.

O **mercado dos parques temáticos europeu** está numa fase de reposicionamento (Clavé, 2007), o que implica uma orientação para os visitantes e para o modelo de marketing que se possa aplicar. Assim Clavé (2007) atribui esta situação às diferenças culturais dos europeus perante os americanos no que concerne o acesso ao lazer e ao entretenimento. Essas diferenças também se sentem entre os países europeus, pois os países nórdicos têm um mercado dos parques temáticos mais desenvolvido, destacando-se a Alemanha, o Reino-Unido e a França com 62% do mercado em estudo (D & J International Consulting & Morisetti Associates for IAAPA, 2014). Portugal por sua vez apresenta um mercado de

tamanho pequeno com dois parques temáticos que receberam 0,6 milhões de visitantes em 2012, não estando considerado pela IAAPA as restantes atrações existentes em território lusófono, embora Martins e Costa (2009) esclareçam que o território português contabiliza 45 parques temáticos.

Considerando a importância deste mercado do entretenimento, é de igual modo importante a fase de implementação dos parques temáticos, etapa na qual se constrói o sucesso dos mesmos, necessitando serem visitados em grandes quantidades para poderem lucrar e assim persistir nos negócios da diversão.

Por esse motivo a **localização** do empreendimento turístico é um critério decisivo, sugerindo que a região onde o PT se irá inserir seja por ela própria já atrativa e acessível (Dybedal, 1998). À imagem dos critérios enunciados por Clavé (2007) para descrever um parque temático, constata-se que os visitantes são o principal enfoque, já que “o número de visitantes de um parque temático é necessariamente elevado, devido à escala do investimento, costumam ser implantados em áreas periféricas de grandes cidades [...]. Prevê-se que o turista viaje no máximo duas horas para se deslocar até ao parque” (Clavé, 1999, cit. por Martins & Costa, 2009, p.6). Parte-se do princípio que a localização próxima de um polo urbano não deve exceder duas horas de viagem para que um PT tenha visitantes suficientes. Clavé, (1999, 2007) e Braun (2000) também reforçam a importância de estar localizado em sítios cruciais, perto dos eixos principais de comunicação, ligando esta ideia à facilidade de acesso que dela resulta. D’Hautesserre (1997) analisa o exemplo da Eurodisney cujo sucesso confirma a ideia sublinhada, pois este parque temático situado nas imediações de Paris só lucrou com a já atrativa cidade das luzes.

Posicionar-se como um **atrativo secundário** acaba por ser uma estratégia eficaz para atrair visitantes, porém para mantê-los convém ter em atenção aspetos de **manutenção** essenciais como a limpeza do espaço ou a reparação atempada de avarias, cuidado que já Walt Disney tinha em seu tempo (Clavé, 2007), ou seja, tudo o que contribui para a **satisfação do visitante** tem de ser considerado quando se visa a abertura de um parque temático.

Assim, Dridea Catrinel & Strutzen (2008) recordam que existem três elementos que favorecem a implementação de um PT: “*enhanced visitor satisfaction, protected resource assets and integration with community social and economic life*” (p.3). A satisfação do visitante é então destacada como também os são os recursos já existentes no destino turístico, assim como a integração da comunidade local nesta dinâmica de criação de um

empreendimento turístico e neste contexto os autores sugerem que estes domínios são a base para uma gestão ajustada aos objetivos económicos do mesmo.

De facto, já se verificou que o planeamento é algo imprescindível para a implementação de qualquer atração e particularmente para os parques temáticos.

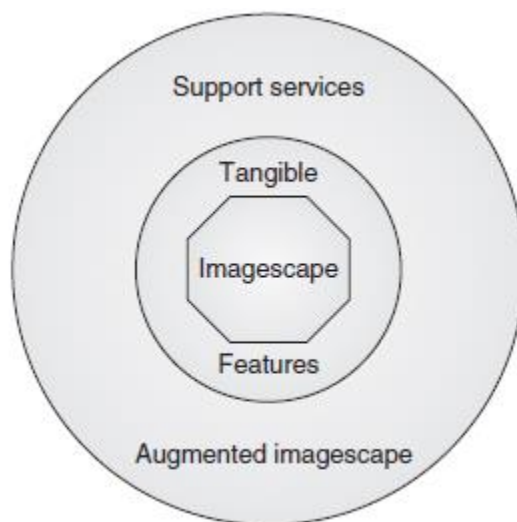


Figura II.5.2 O produto atração segundo Wanhill (2008)

Fonte: *Managing Visitor Attractions* (2008)

Para Wanhill (2008b) a localização também tem importância em conjunto com o **mercado** e o “*imagescape*” (figura II.5. 2) sendo esta abordagem de marketing do “produto atração” onde o “*imagescape*” é central para a experiência do visitante (p.19). Wanhill (2008a) acrescenta que o “*imagescape*” está rodeado pelas comodidades e serviços disponíveis no destino turístico o que permite adicionar valor e apoiar o “*imagescape*” que se pode entender como a representação/imagem que o visitante tem de um determinado PT, acabando por ser esta a condicionar a decisão do visitante a viajar ou não.

A preocupação de construir um produto cuja imagem corresponda às expectativas do visitante é algo recorrente no que concerne os parques temáticos, sobretudo quando é notório que os visitantes procuram cada vez mais **experiências de fantasia** (Dridea Catrinel & Strutzen, 2008). O parque temático é portanto o sítio onde se pode viver uma experiência de aventura ou fantasia, já que o espaço é fantasia e aventura por si só, de forma segura (Dridea Catrinel & Strutzen, 2008), área que entra nas principais preocupações dos gestores de atrações (Milman et al., 2010).

Em suma, os PT's terão em atenção para uma implementação otimizada, a sua localização, próxima dos eixos de comunicação principais e centros urbanos, de tal forma que as áreas de abrangência dos mercados sejam realistas, não omitindo o espaço do parque temático ser orientado para um tema bem definido que se distingue da paisagem exterior por ser um sítio fora do tempo e seguro. Presume-se então que os PT's que perdurem têm estes critérios em atenção com diferentes desenvolvimentos consoante o continente onde se encontram, havendo uma maior propensão e disponibilidade dos americanos para frequentar os sítios de entretenimento e admitindo que o mercado dos parques temáticos está mais "atrasado" na Europa (Braun, 2000).

Pikkemaat & Schuckert (2007) analisaram as razões que mais contribuem para o **sucesso dos parques temáticos** e listaram elementos como a variedade de diversões dentro do PT, a inovação, a integração ambiental, a marca/tema, a qualidade, a segurança e o design como os fatores mais citados na literatura. Por outro lado, os mesmos autores também propõem algumas pistas no que respeita as **razões do insucesso** de alguns PT's, apontando para a insatisfação dos visitantes como principal motivo, permitindo assim entender a falta de uma estratégia de marketing apropriada.



Figura II.5.3 Seleção dos fatores de insucesso dos parques temáticos

A figura II.5.3 fornece uma indicação suplementar quanto às razões que impedem certos parques temáticos de evoluírem de forma positiva. Constata-se que as situações que se devem ter em atenção na gestão de um parque temático podem tornar-se motivos de insucesso, como as más escolhas da localização, da política de preços aplicada, da inovação implementada e também a falta de saber-ser/fazer do *staff*.

II.6 Conclusão

A variedade existente de atrações só exhibe o que o mundo tem para oferecer, sejam elas construídas ou naturais, é genuinamente o que atrai o turista, ou melhor dizendo o visitante, e é por essa razão abordada como elemento central do sistema turístico. Assim se pode considerar o parque temático, sendo uma atração construída com o objetivo de atrair visitantes, acabando por assumir uma posição primária (sendo a principal motivação do visitante) ou uma posição secundária (não sendo o principal motivo de deslocação dos visitantes, e sendo uma estratégia para beneficiar do estatuto confirmado de outras atrações).

Os parques temáticos, outrora parques de diversões, seguem uma evolução recente por serem alvo de estudos tardios e não exaustivos, havendo assim lacunas que não permitem afirmar que existe uma definição consensual do que são parques temáticos. O facto de ser um espaço bem definido com delimitações físicas, de forma a imergir o visitante num mundo de sonho, sabendo que terá pago uma taxa que lhe dá completa liberdade para deambular e desfrutar de qualquer divertimento proposto, unificado através de um tema, dá pistas sobre o que se pode considerar um parque temático.

Esta investigação apurou que na realidade, é um conjunto de critérios que define o parque temático e permite distingui-lo das demais atrações, o que reforça a ideia de que existe necessidade dos académicos estudarem esta matéria para conseguirem consensualizar o conceito.

Sendo um mercado em expansão, em diferentes fases consoante as zonas geográficas onde se encontra, a possibilidade de sucesso de um empreendimento turístico de grande envergadura na península Ibérica, é realista, quando se vive “perto” de grandes capitais

como Paris, Londres ou Roma, permitindo assim alcançar mercados com maior poder económico.

CAPÍTULO III CARATERIZAÇÃO DA NUT III VISEU DÃO LAFÕES

III.1 Introdução

O capítulo anterior permitiu, através de uma revisão da literatura, identificar o conceito de parque temático que se enquadra no domínio da atração. Observou-se que não existe um real consenso na definição do conceito, mas sim uma serie de caraterísticas que definem este tipo de recurso turístico.

Consequentemente convém entender quais as caraterísticas da envolvente onde se insere o parque temático em foco, pois estas condicionam as suas potencialidades, e também permitem entender como esta sub-região se posiciona no setor do turismo, evidenciando assim as suas dinâmicas económicas.

Como já foi referido, o Parque Aquático da Almargem situa-se no concelho de Viseu e a delimitação geográfica mais adequada à medição e avaliação das dinâmicas do território será a divisão estatística da NUT III Viseu Dão Lafões, subdivisão do mesmo distrito.

A descrição físico-demográfica da NUT Viseu Dão Lafões será o primeiro passo para um conhecimento aprofundado da região e da sua população. O passo seguinte permitirá o levantamento e a análise da oferta turística presente na sub-região em estudo. Pretende-se aqui reconhecer os recursos primários e os recursos secundários para uma avaliação do seu potencial turístico. Prossegue-se com a observação da estrutura económica de suporte da NUT III Viseu Dão Lafões, onde se destacará o tecido dos empreendimentos turísticos e outros intervenientes da mesma área, terminando pela análise dos indicadores da procura turística e os índices mistos de concretização.

III.2 Caraterização físico-demográfica da sub-região Viseu Dão-Lafões

A delimitação geográfica escolhida neste estudo traduz a necessidade de entender com mais facilidade as dinâmicas sociais, económicas e demográficas, ligadas à presença de um empreendimento turístico. Deste modo, o foco deste estudo é a **NUT III Viseu Dão Lafões**, onde se encontra o Parque Aquático da Almargem. Esta sub-região é constituída por **14 municípios** (Aguiar da Beira, Carregal do Sal, Castro Daire, Mangualde, Nelas, Oliveira de Frades, Penalva do Castelo, Santa Comba Dão, S. Pedro do Sul, Sátão, Tondela, Viseu, Vila Nova de Paiva, Vouzela), ocupando assim uma área 3448,92 km² o que corresponde a **12,2 % da área total da Região Centro**, da qual faz parte. Como consta na figura III.2.4, esta sub-região é delimitada pelas NUT III seguintes: Região



metropolitana do Porto e de Aveiro a Oeste, Região de Coimbra a Sul, Beiras e Serra da Estrela a Leste, Tâmega e Sousa a Norte.

Esta sub-região organiza-se à volta da cidade de Viseu, e ocupa um lugar de **transição** entre o **litoral** e o **interior**, tendo assim características das regiões limítrofes oscilando entre o dinamismo do litoral e a ruralidade do interior, como consta na figura III.2.5.

Figura III.2.4 Mapa de Portugal com as divisões estatísticas NUT III

Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/NUTS_de_Portugal#NUTS_II,2017



Figura III.2.5 Mapa da NUT III Dão Lafões e seus municípios

Fonte: Anuário Estatístico da Região Centro, INE, 2014

De um ponto de vista **demográfico** e com base nos dados do INE (Instituto Nacional de Estatística, 2013), **Viseu** foi o único município da NUT III Viseu Dão Lafões que beneficiou de um **crescimento populacional**, havendo **decréscimo nos restantes municípios** da mesma NUT III. Viseu ocupa efectivamente o **terceiro lugar** na listagem dos municípios com mais população da região Centro (Instituto Nacional de Estatística, 2011). Dos 273652 habitantes da NUT III Dão Lafões, 98778 estão concentrados no município de Viseu o que corresponde a **36% da população total** da mesma sub-região.

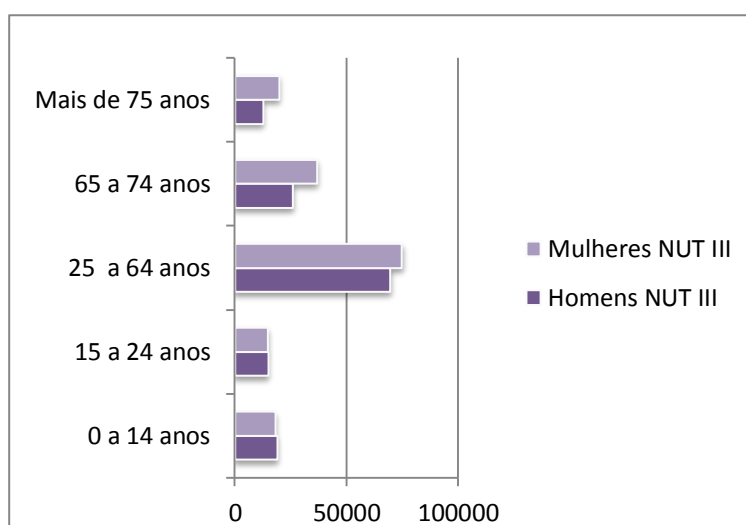


Gráfico III.2.1 Composição da população da NUT III Dão Lafões, por sexo e por faixa etária

Fonte: Elaboração Própria com dados INE, 2011

A **composição da população da NUT III** em estudo (gráfico III.2.1) é semelhante à composição da população da região Centro, considerando que há **mais mulheres** do que homens e que a **população jovem** tem uma **representação menor** do que as faixas etárias com mais idade.

O dinamismo da população do concelho de Viseu contrasta com a indolência do restante território Dão Lafões que se pode **evidenciar através de 4 indicadores** (INE,2017) reunidos na tabela III.2.3: a densidade populacional, o índice de envelhecimento, a taxa de crescimento natural e os habitantes por lugares censitários.

Tabela III.2.3 Indicadores demográficos

Local de residência	Densidade populacional (N.º/ km ²)	Índice de envelhecimento	Lugares censitários (N.º) 2011			Taxa de crescimento natural (%)
	2015	2015	Total	Menos de 2 000 habitantes	2 000 e mais habitantes	2015
	N.º/ km ²	N.º	N.º	N.º	N.º	%
Portugal	112,1	146,5	26492	25904	588	-0,22
Continente	110,4	149,6	25422	24865	557	-0,23
Centro	80	183,3	8867	8752	115	-0,50
Viseu Dão Lafões	80	189,7	1379	1365	14	-0,56
Aguiar da Beira	24,4	302,9	41	41	0	-2,05
Carregal do Sal	82	206,5	26	26	0	-0,59
Castro Daire	38,4	234,7	135	134	1	-0,70
Mangualde	87,8	192,1	77	76	1	-0,50
Nelas	107,2	200,3	32	30	2	-0,81
Oliveira de Frades	69,2	155,3	88	87	1	-0,54
Penalva do Castelo	55,8	271,1	74	74	0	-1,27
Santa Comba Dão	97,4	230,8	53	52	1	-0,89
São Pedro do Sul	46	242,8	160	159	1	-0,76
Sátão	59,2	209,6	88	87	1	-0,83
Tondela	74,6	269,8	148	147	1	-0,77
Vila Nova de Paiva	28	222,2	19	19	0	-1,20
Viseu	193,6	139,8	253	248	5	-0,17
Vouzela	51,8	257,4	108	108	0	-0,69

Fonte: INE, 2017

A tabela III.2.3 proporcionou a conjugação destes indicadores, permitindo salientar o **perfil da população**, assim como o **tecido demográfico** da NUT Viseu Dão Lafões. Deste modo, a **densidade populacional** observada é relativamente **baixa** (80 habitantes por km²), apresentando um valor mais baixo do que a média continental de 110,4 habitantes por km². Realça-se aqui uma população **dispersa**, vislumbrando-se um tecido rural, ainda mais acentuado em Aguiar da Beira e Vila Nova de Paiva com valores que oscilam entre 24 e 28 habitantes por km² e cujas localizações já indiciam características da interioridade.

Os territórios que têm uma densidade populacional mais alta correspondem normalmente às cidades da sub-região em estudo, sendo assim **Viseu** a liderar com 193 habitantes por km², seguido de **Nelas** (107 hab./km²), **Santa Comba Dão** (97,4 hab./km²) e **Mangualde** (87,8 hab./km²). Esta constatação é contrariada pelo facto de Nelas não constar na listagem

fornecida pelo INE das cidades de Viseu Dão Lafões, e também pelo facto de S. Pedro do Sul ser considerada uma dessas cidades e só ter uma densidade populacional de 46 habitantes por km². Entende-se aqui, que apesar de se tratar de uma cidade, a malha arquitetónica será tão dispersa quanto a sua população, permitindo haver disparidades entre cidades que mais uma vez indicam a dualidade das características desta sub-região.

A expressão do **envelhecimento da população** mede-se com o índice do mesmo nome, cujo valor para a NUT III Viseu Dão Lafões (189,7) é superior à média nacional (149,6), assim como à média da NUT II Centro (183,3). Este indicador salienta mais um aspeto próprio do domínio rural que reside na proporção crescente da população da faixa etária superior aos 65 anos. Todos os municípios possuem um índice de envelhecimento alto, particularmente **Aguiar da Beira** que, a par da densidade populacional baixa, tem um índice de envelhecimento alto de **302,9**, ou seja, a proporção de pessoas com mais de 65 anos é maior do que a proporção de jovens (menos de 14 anos). Por oposição, **Viseu** possui o índice de envelhecimento mais **baixo** de **139,8**, que espelha o dinamismo já salientado.

Outros dados vêm confirmar que o território em estudo é do **domínio rural**, tal como a **taxa de crescimento natural** que é **negativa** em qualquer um dos municípios da NUT III Viseu Dão Lafões, o que explica parte do decréscimo da população nesta sub-região, havendo mais óbitos do que nascimentos. Mais uma vez o valor **mais alto** observado pertence ao município de **Aguiar da Beira com -2,05%**, seguido de Penalva do Castelo com -1,27 %. Na mesma lógica, **Viseu** mantém o seu perfil urbano com **-0,17%**, como sendo o valor mais baixo da sub-região, mas ainda assim negativo.

Por fim, e no sentido de comprovar a ruralidade da NUT III Viseu Dão Lafões, a observação dos lugares censitários pode testemunhar de um povoamento mais ou menos disperso.

De forma geral, a NUT Viseu Dão Lafões possui **mais lugares censitários com menos de 2000 habitantes**, indicando que o **povoamento** é de facto mais **disperso** e afirmando assim um tecido de cariz rural. Assim se consta em **5 dos municípios** da sub-região em foco que só possuem lugares censitários abaixo dos 2000 habitantes, dos quais fazem parte Aguiar da Beira e Vila Nova de Paiva, municípios já salientados como tendo uma densidade populacional baixa. Na mesma lógica, contam-se mais **7 municípios só com um lugar censitário com mais de 2000 habitantes**, dando espaço para os lugares de menos de 2000 habitantes que podem atingir a quantidade de **159**. Viseu mantém o seu tecido urbano

com **5** lugares censitários de **mais de 2000 habitantes**, o que destaca esta cidade no meio de uma paisagem rural.

Neste contexto rural, pode-se questionar qual o posicionamento do setor do turismo e quais as dinâmicas suscitadas por este. Como tal, será necessário fazer um levantamento dos recursos disponíveis na NUT III Dão Lafões, articulando esta pesquisa para os recursos relativos à oferta e à procura turística.

III.3 Oferta Turística

Para agilizar esta análise, procedeu-se à seleção de **três indicadores** considerados significativos para a expressão deste domínio, que são a **capacidade de alojamento em camas** por municípios, o **número de estabelecimentos hoteleiros** por município e o **número de quartos** por município.

Tabela III.3.4 Evolução da Capacidade de Alojamento da NUT III Dão Lafões por municípios e por ano

Capacidade de alojamento dos estab. hoteleiros (camas)	2002	%	2004	%	2006	2008	%	2010	2012	2013	%	2014	%
NUT III Dão Lafões	3924	100	4439	100	4559	4691	100	5215	5479	5844	100	5430	100
Aguiar da Beira	24	0,6	24	0,5	16	20	0,4	16	...	0	0	1	0,02
Carregal do Sal	48	1,2	48	1,1	48	68	1,4	68	...	0	0	1	0,02
Castro Daire	179	4,6	179	4	179	179	3,8	179	...	0	0	216	4
Mangualde	494	12,6	505	11,4	480	421	9	432	357	467	8	463	8,5
Mortágua	24	0,6	24	0,5	68	221	4,7	693	679	654	11,2
Nelas	711	18,1	767	17,2	679	647	13,8	667	566	552	9,4	644	11,8
Oliveira de Frades	38	1	38	0,9	29	36	0,7	36	...	83	1,4	93	1,7
Penalva do Castelo	0	0	0	0	0	0	0	136	...	0	0	0	0
Santa Comba Dão	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
S. Pedro do Sul	848	21,6	1057	24	1205	1099	23,4	1128	1491	1553	26,6	1597	29,4
Satão	16	0,4	16	0,3	16	16	0,3	36	...	0	0	0	0
Tondela	367	9,3	396	8,9	399	406	8,6	377	363	398	6,8	402	7,4
Vila Nova de Paiva	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Viseu	1175	30	1385	31,2	1440	1578	33,6	1421	1490	1559	26,7	1644	30,3
Vouzela	0	0	0	0	0	0	0	22	0	0	0

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do INE, 2016

Como consta na tabela III.3.4 a **capacidade de alojamento** da **NUT III Dão Lafões** apresenta uma **evolução positiva até 2013**, com uma **pequena quebra** em **2014**. Traduz-se aqui alguma **constância** no que respeita a evolução deste indicador, completando **33%** de crescimento da capacidade de alojamento, entre 2002 e 2014, mesmo assinalando uma quebra em 2014 que avizinhava os 8%. A reorganização territorial orientada pelo Decreto-lei 11-A/2013 de 28 de janeiro terá alguma incidência nesta ocorrência e permitirá associar este decréscimo aos dados em falta do município de Mortágua. Este município foi retirado da NUT III Dão Lafões para integrar outra sub-região, resultando numa redução da capacidade de alojamento, que afinal não sofreu nenhuma queda. Pelo contrário, cada município da NUT III Dão Lafões apresenta uma evolução positiva do indicador em foco entre 2013 e 2014.

As autarquias que mais se destacam no panorama hoteleiro são Nelas, Mangualde, S. Pedro do Sul e Viseu, cujos valores do referido indicador, considerando os mais representativos, estão assinalados a vermelho na tabela III.3.1. Emergem aqui dois tipos de evoluções:

- Para **Nelas** e **Mangualde**, embora se observem valores importantes na capacidade de alojamento, estes tendem a **recuar**, tanto em proporção como em número de camas. Mangualde representava 12,6% da capacidade de alojamento em 2002, e reduziu para 8 % em 2013. No caso de Nelas, a evolução é ainda mais dramática e no mesmo espaço de tempo a **queda** atingiu quase **10 pontos percentuais**. Resta salientar a tendência positiva para ambos os municípios que em 2014 viram este indicador novamente aumentar;
- No caso de **S. Pedro do Sul** e **Viseu**, a capacidade de alojamento apresenta uma tendência clara para o **crescimento**, tanto que estes dois municípios representam mais de **50% da capacidade total de alojamento** da **NUT III Dão Lafões**, constantemente, ao longo da década ilustrada na tabela 1.

Por outro lado, os municípios de **Vouzela**, **Vila Nova de Paiva**, **Santa Comba Dão** e **Penalva do Castelo** têm **valores nulos**, o que permite interpretar que não existem estabelecimentos hoteleiros nesses territórios.

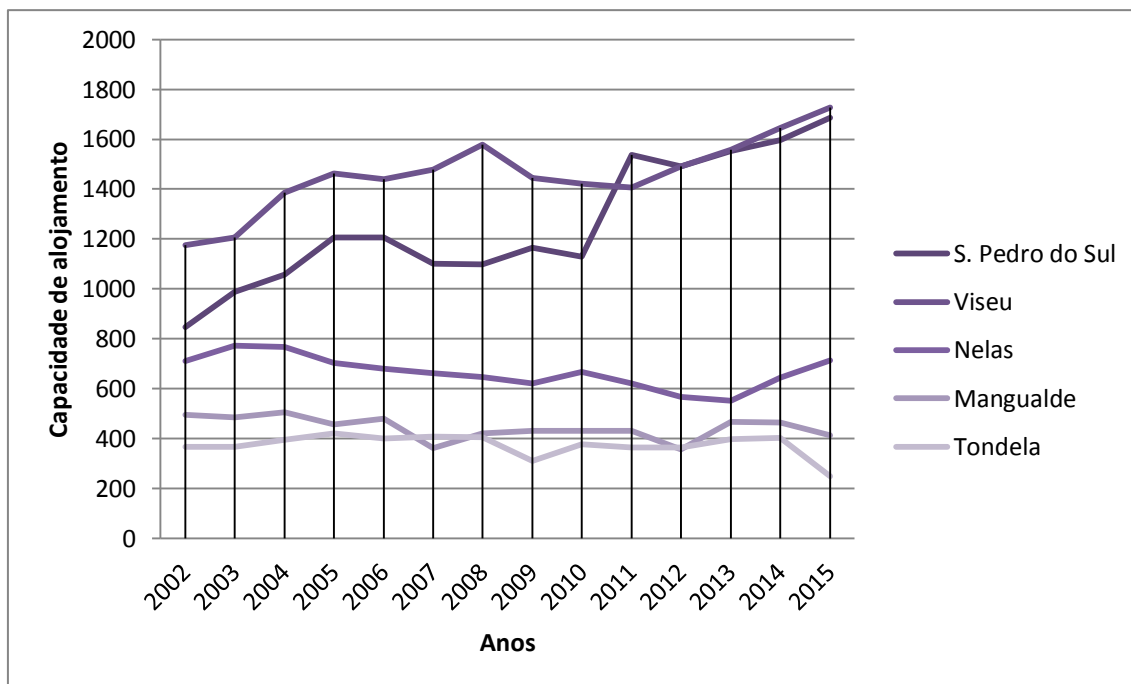


Gráfico III.3.2 Evolução da capacidade de alojamento dos municípios da NUT III Dão Lafões

Fonte: Elaboração própria a partir de dados INE, 2016

No sentido de apoiar os dados da tabela III.3.2, o **gráfico III.3.2** descreve a evolução da capacidade de alojamento dos municípios mais dotados da NUT III Dão Lafões entre **2002** e **2015**. Confirma-se que em alguns casos como Nelas, Mangualde e Tondela, existe uma simples estagnação, quando para Viseu e S. Pedro do Sul o destaque é assumido com um aumento constante do número de camas, sendo estas autarquias as que mais pesam na paisagem hoteleira Dão Lafões.

Este primeiro indicador da oferta turística da NUT III Dão Lafões permitiu entender quais as tendências principais. Assim, destacam-se os municípios com valores mais altos e os municípios que perderam protagonismo em termos de capacidade de alojamento dos estabelecimentos hoteleiros. A análise de outros dados, nomeadamente a verificação da existência de outro tipo de unidade de alojamento, é necessária para se poder interpretar com mais assertividade os resultados aqui observados.

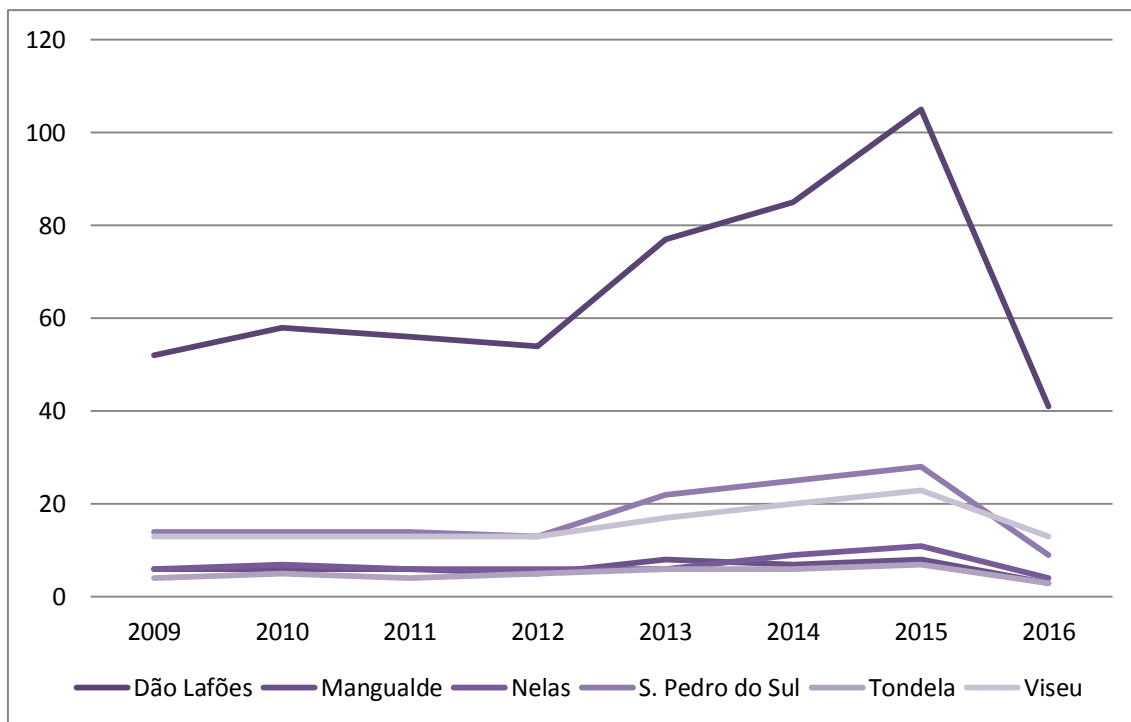


Gráfico III.3.3 Estabelecimentos Hoteleiros na NUT III Dão Lafões por município entre 2009 e 2014

Fonte: Elaboração própria a partir de dados INE, 2016

A partir do **gráfico III.3.3** nota-se a **evolução positiva** do número de estabelecimentos hoteleiros na NUT III Dão Lafões, havendo uma **regressão depois de 2010**, ano da entrada em vigor do decreto-lei nº39/2008 (Ministério da Economia e da Inovação, 2008) que altera a categorização dos empreendimentos turísticos. Porém, os números obtidos em **2016**, através do **Registo Nacional do Turismo**, apontam para uma **queda acentuada** do número de estabelecimentos hoteleiros, o que contraria a lógica observada até 2015.

Mais uma vez, as várias **alterações** a nível de **legislação** poderão ter alguma influência nestes resultados, também sendo possível a falta de **sincronização** entre os empreendimentos turísticos e os serviços do turismo de Portugal neste contexto de transição.

Tabela III.3.5 Número de Quartos por município da NUT III Dão Lafões

Capacidade de alojamento em quartos nos estab. hoteleiros							
Anos	2009	2010	2011	2012	2013	2014 ¹	2015
NUT III Dão Lafões	2263	2616	2514	2550	2549	2631	2711
• Aguiar da Beira	57
• Carregal do Sal	33
• Castro Daire	101	113
• Mangualde	217	217	217	202	192	242	216
• Mortágua	120	356	197	305	362
• Nelas	...	327	321	292	279	332	349
• Oliveira de Frades	47	47
• Penalva do Castelo	0	0	0	...
• Santa Comba Dão	0	0	0	0	0	0	...
• S. Pedro do Sul	585	572	643	628	603	720	751
• Satão	0	0	...
• Tondela	152	193	178	178	155	195	124
• Vila Nova de Paiva	0	0	0	...
• Viseu	722	723	722	709	709	821	859
• Vouzela	0	0	0	0	38

Fonte: elaboração própria com dados INE, 2016

A **tabela III.3.5** está **incompleta**, à semelhança das tabelas do INE, que transmitem a mesma informação. Alguns municípios reportam a existência de quartos, outros têm uma informação parcial ou inexistente, o que não permite fazer uma análise completa².

Contudo, e à semelhança dos dados da tabela III.3.1, **destacam-se** os concelhos de **Viseu** e **S. Pedro do Sul** que possuem um número maior de quartos, acompanhando o raciocínio da análise da tabela III.3.1, no que respeita a capacidade de alojamento. Também se encontram valores mais baixos para os municípios de Nelas e Mangualde, contribuindo estes, no entanto, igualmente para os valores da NUT III Dão Lafões.

A exploração da oferta pressupõe também um levantamento dos chamados recursos primários, ou seja, os que atraem em primeiro lugar os turistas, de forma a avaliar o potencial turístico da região em foco.

¹ Os dados da tabela 3 também contabilizam as unidades de AL e TER a partir de 2014.

² Esta informação poderia ser complementada com uma investigação *in loco*, em contacto direto com os gestores dos empreendimentos turísticos.

III.3.1 Recursos Primários

A elaboração da matriz dos recursos turísticos (Anexo 3) teve como objetivo evidenciar a **abrangência** e a **abundância** dos **recursos turísticos** da **NUT III Dão Lafões** esmiuçando essa informação por município e por tipo de recurso, permitindo assim ter uma visão mais completa do potencial, em termos turísticos, da sub-região em estudo. Esta matriz, para além de ter uma análise dos **14 municípios** da NUT III já referida, também se divide em categorias que são os **recursos primários** (o património natural, o património cultural, os equipamentos, os eventos) e os **recursos secundários** (Gastronomia e vinhos, equipamentos de turismo, equipamentos de transporte, infraestruturas e equipamentos sociais).

Deste modo, observa-se que o **património natural** desta região é composto por espaços serranos, recortados por uma **rede hidrográfica moderada**, mas ainda assim importante, cujos principais cursos de água são o Mondego, o Vouga, o Dão, o Paiva e o Teixeira, sem nomear as ribeiras que também contribuem para esta rede hidrográfica. A paisagem de fundo deste sistema hidrográfico é constituída por serras que ganharam protagonismo nesta última década como a **Serra da Arada** e **da Freita**, mas também do **Montemuro** que integram o projeto patenteado das **Montanhas Mágicas®**. Estas serras localizam-se nos concelhos de S. Pedro do Sul e Castro Daire, partes dos concelhos que fazem parte desta iniciativa oriunda de Arouca. É de ressaltar que estas serras também são reconhecidas como **sítio de importância comunitária (SIC)** pela Rede Natura, gerida pelo organismo português ICNF (Instituto de Conservação da Natureza e da Floresta). Estas áreas protegidas são o cenário para outro projeto intermunicipal que é a **Rota da Água e da Pedra (RAP)** que promove os pontos de interesse turístico que combinam água e pedra, oferecendo assim a possibilidade de explorar a região através de várias linhas imaginárias, onde se encontram inúmeras praias fluviais ou quedas. Por outras palavras, há um esforço gradual em ter os espaços naturais montanhosos devidamente reconhecidos e valorizados, sendo este um dos pontos fortes do espaço em estudo. Note-se também que a **Serra do Caramulo** ocupa parte deste espaço nos concelhos de Oliveira de Frades, Tondela e Vouzela, o que enriquece ainda mais o património natural da NUT III Dão Lafões. De forma geral o âmbito geográfico ultrapassa pontualmente o nível concelhio, como no caso da Serra do Caramulo, ou das áreas protegidas SIC existentes nas zonas já referidas, que alcançam facilmente o nível nacional ou internacional.

No que concerne o **património cultural**, destacam-se os vestígios arqueológicos, a arquitetura religiosa, alguns monumentos classificados, Museus e alguma atividade associativa etnográfica. Este ponto salienta o quão a cultura é importante num contexto turístico, tanto os vestígios remanescentes, como a prática de usos e costumes ancestrais, mesmo se encenados, através da atividade associativa que os ranchos folclóricos ou grupos de cantares assumem.

Os **vestígios e estações arqueológicas** são os elementos que mais expressão tem, sobretudo nos concelhos de **Castro Daire, Mangualde, Tondela, Viseu e Vila Nova de Paiva**, onde os levantamentos ultrapassam a quantidade de 100 e podem atingir **267 registos** no caso do concelho de Viseu. Estes vestígios podem ser testemunhas da Pré-História como da Idade Média e não ultrapassam o âmbito geográfico regional, o que não combina com a quantidade importante de elementos registados e evidencia a falta de valorização destes marcos do tempo.

Continuando a análise do anexo 3, repara-se que outro bloco importante do património cultural é ocupado pela **arquitetura religiosa**, onde se encontram **capelas, igrejas, catedrais, mosteiros, conventos e ermidas**. Este património é vasto, num país onde a religião ainda ocupa um lugar de peso, representando perto de 800 elementos registados para a NUT III Dão Lafões. O âmbito geográfico da arquitetura religiosa pode variar, mas é maioritariamente **local**, à exceção de Castro Daire e S. Pedro do Sul que alcançam um nível **regional**, com tendência para o **nacional**, como se consta no caso de Viseu.

Prosseguindo, observa-se que a **arquitetura civil e militar** também se destaca na NUT III Dão Lafões, tendo concelhos que apresentam uma quantidade de recursos moderada a abundante. Reconhecem-se aqui **castelos, muralhas, casas brasonadas, solares, quintas, pelourinhos e palácios** que enriquecem o património cultural da sub-região em estudo. Viseu é o concelho que possui mais elementos classificados como arquitetura civil ou militar, sendo estes considerados como muito abundantes. Oito dos concelhos (Aguiar da Beira, Mangualde, Nelas, Oliveira de Frades, Santa Comba Dão, S. Pedro do Sul, Sátão, Tondela) da NUT III Dão Lafões possuem estes recursos em abundância, o que demonstra, mais uma vez, a importância do património cultural.

Relativamente ao **âmbito geográfico**, observa-se uma maioria com abrangência **concelhia** ou **inter-concelhia**, o que nos remete para um mercado relativamente próximo, à exceção de Viseu que irradia para além dos limites regionais. O estatuto de cidade de Viseu

confirmado já desde o século VI confere-lhe uma situação de relevo e uma **posição privilegiada como atração turística** pelo seu património cultural e não só.

Assim os **monumentos classificados (26 classificados em VDL)** ocupam um lugar de destaque na NUT III Dão Lafões, nomeadamente no município de **Viseu**, que conta **seis monumentos nacionais** registados no sistema de informação para o património cultural, o que lhe confere uma notoriedade além-fronteiras já referida. **Aguiar da Beira, Carregal do Sal, Mangualde e S. Pedro do Sul** também contam nos seus patrimónios culturais, alguns monumentos registados como nacionais, o que lhes permite vislumbrar um alcance do mercado nacional, embora se mantenha uma **abrangência concelhia** para estes municípios. Apesar dos outros municípios não terem monumentos nacionais registados, o volume do património arquitetónico referenciado é de realçar, havendo **imóveis de interesse público, monumentos de interesse municipal e monumentos de interesse público** (129 elementos) que contribuem para o património cultural da sub-região em estudo.

A **cultura** também se expressa através do seu lado **artístico** com **museus** presentes no território em foco que enriquecem o património da NUT III Dão Lafões. **Viseu** continua a liderar em termos de abundância do recurso assim como no âmbito geográfico, com **7 museus registados** pela Direção Geral do Património cujo mercado é alargado ao **nível nacional**, como já foi referido para os outros recursos. Os municípios que possuem este recurso, têm um a dois museus e oscilam entre um nível de atração local e concelhio. Existe potencial para desenvolver este tipo de recurso na NUT III Viseu Dão Lafões, mas constata-se que só Viseu conseguiu desenvolver esta mais-valia.

Constata-se que o **património cultural** é constituído por **construções diversas**, com usos diferenciados, sejam eles para fins de prática de culto e/ou para usufruto do turista, também se deve referência a **arqueologia industrial** de que os **moinhos** fazem parte. Em Dão Lafões só há **5 municípios** que assinalaram a existência deste recurso: Castro Daire, Mangualde, S. Pedro do Sul, Viseu e Vouzela. O uso dos moinhos de água é um traço cultural que as autarquias ou associações locais tenderão a fazer reviver, pois está associado a um modo de vida muito ligado à cultura do milho, que servia para a preparação da broa de milho, base da alimentação dos autóctones nos séculos XVIII-XIX.

Havendo património arquitetónico, é de fácil entendimento existirem pessoas interessadas em preservarem as tradições que lhes são inerentes. As associações que produzem

artesanato e dão vida aos **ranchos folclóricos** ou a **grupos de música** são um elemento **essencial** na paisagem **cultural** e **etnográfica** da NUT III Dão Lafões. De um ponto de vista geral, a existência de elementos etnográficos registados pelos municípios varia de escasso a moderado com uma abrangência territorial local a concelhia, à exceção de S. Pedro do Sul que terá uma atratividade alargada ao país pela presença do Grupo Etnográfico de Cantares de Manhouce, liderado pela famosa Isabel Silvestre.

Os **equipamentos** de que as autarquias dispõem, também são tidos em conta nesta análise e permitem entender qual o potencial atrativo para os habitantes do território em estudo. Estes equipamentos destinam-se ao uso dos autóctones, mas também poderão ser utilizados por visitantes. Esta análise apresenta-os divididos em três categorias: **culturais e recreativos, desportivos e de lazer**.

Os **Equipamentos culturais e recreativos** existem em todos os municípios, mas de forma **escassa**, quando os **equipamentos desportivos** são mais **abundantes**. Por norma, estes equipamentos têm um **âmbito geográfico concelhio**, pois estão primeiramente dirigidos aos habitantes. No caso de **Vouzela** e do **Sátão**, observa-se a existência em quantidade **moderada** dos equipamentos culturais e recreativos, mantendo-se a abrangência concelhia dos mercados. Estas observações convergem para o facto de se tratarem de equipamentos que servem os habitantes em primeiro lugar, como as bibliotecas municipais, os centros culturais, os auditórios, os cineteatros ou teatros.

Os **Equipamentos desportivos** já existem de forma mais recorrentes, ou seja, a existência deste recurso embora **moderado**, para **seis concelhos** da NUT III Dão Lafões, também é **abundante** para **cinco concelhos** e **muito abundante** para um outro. Assim, o equipamento para prática desportiva não falta em nenhuma localidade, onde quase sempre se encontra um campo de futebol, ou um polidesportivo, e para as cidades, pelo menos uma piscina e um estádio de atletismo. O **âmbito geográfico** é maioritariamente **concelhio**, porém alguns concelhos têm um alcance **regional**, que poderão tender para o nível nacional no caso de competições que tragam equipas de outras zonas do país ou até estrangeiras.

O **Equipamento de Lazer** é composto por **estâncias termais** e **percursos pedestres** assinalados e homologados. Apesar de haver oito concelhos sem este tipo de equipamento, constata-se que a NUT III Dão Lafões tem uma situação privilegiada com a presença de **seis nascentes de água termal**, todas elas com estâncias em atividade. S. Pedro do Sul,

pelas suas Termas, mas também pelos trilhos pedestres, é o município que possui maior abrangência territorial, atingindo assim o nível **nacional**, estando a trabalhar para o nível internacional. Para os outros municípios que possuem estâncias termais, o âmbito geográfico é **regional** (Aguiar da Beira, Castro Daire, Mangualde, Nelas e Tondela).

Por sua vez, os **eventos** têm grande protagonismo nesta sub-região, sejam eles **pontuais** ou **regulares**, todos os municípios zelam pelas feiras, pelos festivais que atraem um público ainda assim oriundo do **concelho** ou da **região**. Alguns concelhos apostam em **feiras gastronómicas** apoiando-se nos produtos da região que até podem ter **denominação de origem protegida** como a maçã de Bravo Esmolfe (Penalva do Castelo) ou o Vinho Dão (Penalva do Castelo, Nelas), ou privilegiando os **produtos característicos** da região como os mísscaros (Aguiar da Beira), os feijões (S. Pedro do Sul) ou os pinhões (Carregal do Sal). Os eventos da sub-região em estudo utilizam também as **tradições** locais como tema principal, ou até a história, como é o caso das feiras medievais. Os **eventos desportivos** também estão a afirmar-se aproveitando o espaço montanhoso para *trails*, corridas de *BTT* ou *Rallies* (Aguiar da Beira, S. Pedro do Sul, Viseu). Estas apostas provam ser estratégias que visam aumentar a abrangência territorial do mercado alvejado, sendo esta uma forma de se dar a conhecer, apostando nos *media* para a **divulgação a nível nacional**.

Os recursos primários são essenciais para atrair visitantes e representam grande parte da oferta turística não omitindo os recursos secundários.

III.3.2 Recursos secundários

Por sua vez, os **recursos secundários**, elementos estruturais da oferta turística, são imprescindíveis nesta análise, e também foram tratados através da matriz dos recursos turísticos já referida.

Assim, as iguarias que a **gastronomia** e os **vinhos** de cada concelho propõem, os **equipamentos de turismo, de transporte e sociais** assim como as **infraestruturas** que permitem a deslocação, formam e completam a identidade da sub-região Dão Lafões.

A **gastronomia** e os **vinhos** são um **atrativo** já afirmado e evidenciado aquando da secção dos eventos. Cada município possui as suas iguarias e o sabor passa a ser o que traz grande parte dos visitantes. Da mesma forma que os monumentos são reconhecidos, as regiões demarcadas também distinguem e atraem, como a região do Dão e o seu vinho é distinguido com a **denominação de origem controlada**. O reconhecimento de um produto

agrícola também participa neste tipo de estratégia, como no caso da **maça Bravo de Esmolfe** cuja origem é vangloriada pela autarquia de Penalva do Castelo, onde existe parte da **região demarcada da maçã de Bravo Esmolfe**, produzida na maior parte dos concelhos da NUT III Dão Lafões. Nesta secção, poderá avaliar-se como **abundante** o painel de propostas de pratos típicos e/ou doçaria, que neste caso são 4 municípios, deixando os restantes com uma quantidade moderada. A **abrangência territorial** não ultrapassa o nível **regional**, tendo como maior tendência o âmbito **concelhio**.

Os **Equipamentos turísticos** traduzem a oferta turística de que a NUT III Dão Lafões dispõe, com elementos como os empreendimentos turísticos, os restaurantes, as agências de viagens, as agências de rent-a-car, as empresas de animação turística e os postos de turismo. Após análise, as localidades de Castro Daire, Mangualde, Nelas, S. Pedro do Sul, Tondela e Viseu são as **mais apetrechadas** em termos de equipamentos turísticos, com uma nota de realce à cidade de **Viseu** detentora de um conjunto de equipamentos considerados **muito abundantes**. Deste modo, o âmbito geográfico poderia ser **nacional** para estes municípios, porém só se considera que assim seja para o concelho de **Viseu**, assumindo-se um nível **regional** e **concelhio** para a maior parte da sub-região em estudo.

Os **equipamentos de transporte e sociais** servem principalmente os habitantes da NUT III Dão Lafões. Contudo, acabam por ser utilizados pelos visitantes, que também têm óbvias necessidades de deslocação ou de saúde. **Viseu lidera** no que respeita a quantidade de recursos de **transportes**, como o seu estatuto de cidade lhe confere, sendo que os serviços de transportes são públicos e rodoviários. Para os outros municípios mesmo se este recurso parece abundante, é quase sempre ajustado ao ano letivo, havendo uma redução da frequência aquando das férias escolares, reduzindo a um estado **moderado** este serviço rodoviário, e por conseqüente, o âmbito geográfico é **concelhio** ou **regional**. Os Equipamentos sociais foram avaliados como abundantes em alguns municípios pelo levantamento do número de estabelecimentos de ensino, pois cada concelho terá de possuir os serviços de saúde, financeiros de segurança básicos, variando de **local** a **regional** no que concerne o âmbito geográfico.

As **infraestruturas** apresentam a mesma tendência para **Viseu**, com uma localização favorecida e a presença de um **aeródromo**, que recentemente abriu uma linha nacional que liga Bragança a Faro, contribui para um nível **nacional/internacional** no que respeita o **âmbito geográfico**. Assim se observa que as infra estruturas presentes em Viseu são

importantes e neste caso consideradas **muito abundantes**, pois também existem várias ligações a autoestradas que ligam Viseu às outras regiões, assim como terminais rodoviários que coordenam estas ligações.

Embora um pouco isolada, a NUT III Dão Lafões tem **infraestruturas** que permitem alcançar o resto do país com facilidade; o **âmbito geográfico** varia portanto entre o âmbito **local** e **regional** (omitindo Viseu já explanado no parágrafo anterior), sendo que estes recursos são considerados de quantidade **moderada**, pois só existem três vias rápidas e um aeródromo para o território da NUT III Dão Lafões.

Outra parte da oferta turística a considerar será a que diz respeito aos empreendimentos turísticos.

III.3.3 Estrutura Económica de suporte (empreendimentos turísticos)

Tabela III.3.3.6 Contagem dos empreendimentos turísticos, por categoria e por município da NUT III Dão Lafões

Empreendimentos Turísticos 2016	Nº de estab. % Hoteleiros		Alojamento local INE (RNT) ³ %		Turismo de Habitação (RNT) %		Turismo em espaço rural (RNT)			Total TER	Total alojamentos
	CC ⁴	AT	HR	CC+AT+HR							
NUT III Dão Lafões	41	100	114	100	19	100	49	11	7	67	241
Aguiar da Beira	1	2,5	3	2,6	0	0	7	0	1	8	12
Carregal do Sal	1	2,5	1	0,8	0	0	2	1	0	3	5
Castro Daire	2	5	3	2,6	0	0	11	1	0	12	17
Mangualde	3	7,3	9	7,9	1	5,2	3	0	1	4	17
Nelas	4	9,7	7	6	2	10,5	4	1	0	5	18
Oliveira de Frades	1	2,5	5	4,3	0	0	2	1		3	9
Penalva do Castelo	2	5	0	0	0	0	1*	0	0	1	3
Santa Comba Dão			4	3,5	1	5,2	4	0	0	4	9
S. Pedro do Sul	9	22	55	48,2	4	21,1	2	4	3	9	64
Satão			1*	0,8	0	0	2	1	0	3	4
Tondela	4	9,7	7	6	1	5,2	5	0	1	6	18

³ Indicado como alojamento local no *site* do município mas sem inscrição no registo nacional do turismo.

⁴ Indicado como turismo em espaço rural no *site* do município em causa, onde CC é Casa de Campo, AT é Agro- Turismo e HR é Hotel Rural.

Vila Nova de Paiva	1	2,5	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Viseu	13	31,7	6	5,1	4	21,1	4	2	1	7	30
Vouzela	14	12,2	6	31,7	2	0	0	2	22

Fonte: Elaboração própria a partir de dados INE, RNT, Sites internet municípios, 2016

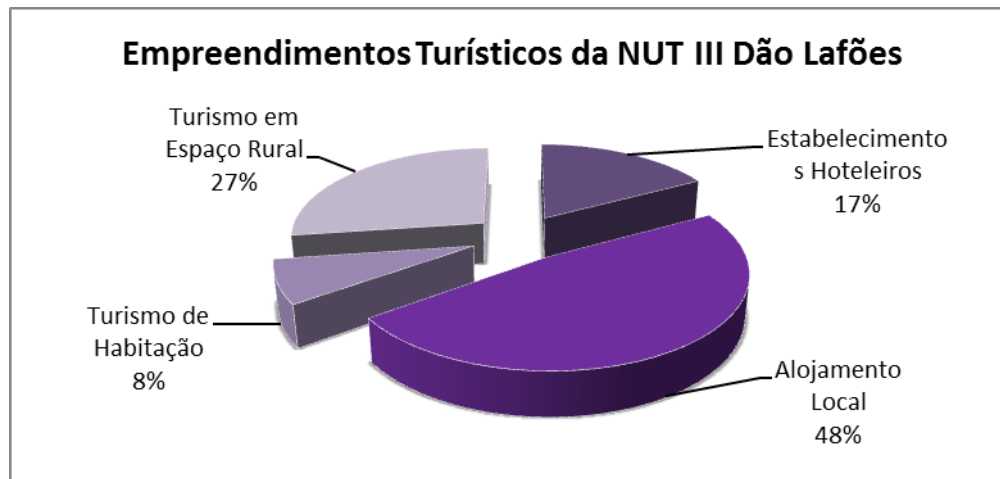


Gráfico III.3.3.4 Tipos de empreendimentos turísticos existentes na NUT III Dão Lafões

Fonte: elaboração própria com dados do INE, RNT e sites internet dos municípios, 2016

Como se pode observar na tabela III.3.3.6 e no gráfico III.3.3.4, os empreendimentos turísticos, existentes na NUT III Dão Lafões, são principalmente representados pelo **alojamento local (AL)** que conta com **120 estabelecimentos** ou seja perto de **50% dos empreendimentos turísticos** da NUT III Dão Lafões. Seguem os estabelecimentos de **turismo em espaço rural (TER)** que ocupam **27% do total de alojamentos** da sub-região em estudo, e só depois se posicionam os **estabelecimentos hoteleiros**, com **17%** do total de empreendimentos turísticos, e o turismo de habitação com 8%.

Estes resultados devem ser **ponderados**, pois as unidades hoteleiras têm habitualmente uma capacidade de alojamento maior do que os empreendimentos de alojamento local ou de turismo em espaço rural, de acordo com os requisitos enunciados no decreto-lei 39/2008 de 7 de março (Ministério da Economia e da Inovação, 2008) para abertura de um empreendimento turístico. Contudo, a forte representação destes modelos de alojamento justifica-se naturalmente por se tratar dum território rural por essência.

Prosseguindo a análise do número de empreendimentos turísticos por municípios, mantém-se a posição preponderante de **S. Pedro do Sul** e **Viseu** com cerca de **54%** dos

estabelecimentos hoteleiros presentes nos seus territórios. S. Pedro do Sul continua bem representado sobretudo no **alojamento local** com **48%** do total destas unidades de alojamento, já Viseu tem uma quantidade muito inferior (5%), emergindo o município de **Vouzela** com **12%** do total de alojamentos locais da NUT III em estudo.

O **Turismo de Habitação (TH)**, por sua vez, tem também alguma importância no município de **Vouzela** à altura de **31,7 %** (6 estabelecimentos) do total de TH. Viseu e S. Pedro do Sul também se destacam com um número interessante de Unidades de TH (4 estabelecimentos por autarquia), mesmo se é o tipo de empreendimento tem uma menor expressão na NUT III Dão Lafões.

O **Turismo em Espaço Rural** também dá ênfase a outros territórios como **Castro Daire** e **Aguiar da Beira** que têm mais estabelecimentos (respetivamente **12** e **8**) do que Viseu (7). **S. Pedro do Sul** tem uma situação intermédia com **9 estabelecimentos de TER**, o que confirma a sua posição predominante.

Segundo o registo nacional do turismo, os municípios de Vila Nova de Paiva e Penalva do Castelo possuem alguns estabelecimentos hoteleiros, o que contraria os dados do INE e poderá estar relacionado com a não transmissão dos dados, ou a não existência do alojamento na altura do levantamento.

Tabela III.3.3.7 Subsetores semelhantes à CST da NUT III Dão Lafões e municípios

Localização	Subsetores	Rent-a-car	Agências de Viagens	Animação turística	Restaurantes e Similares ⁵	Totais Subsetores
NUT III Dão Lafões		13	22	35	1689	2000
Aguiar da Beira		1	0	0	53	66
Carregal do Sal		0	0	1	52	58
Castro Daire		0	1	1	110	129
Mangualde		0	1	2	107	127
Nelas		0	0	0	81	99
Oliveira de Frades		0	1	0	65	75
Penalva do Castelo		0	0	0	62	65
Santa Comba Dão		1	1	3	64	78
S. Pedro do Sul		0	1	6	81	152
Satão		0	0	1	80	85
Tondela		1	1	3	131	154
Vila Nova de Paiva		0	0	0	47	48
Viseu		10	16	15	709	780

⁵ Com base nos dados do INE, referentes à secção I da Classificação Portuguesa de Atividades (CAE) que também incluem os alojamentos. Para obter estes resultados, optou-se por retirar do total os alojamentos já assinalados na tabela 2.

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do RNT, do Site Turismo do Centro, INE, 2016

A análise por **subsetor do Turismo** (constituição similar à Conta Satélite do Turismo), como consta na **tabela III.3.3.7**, indica que a NUT III Dão Lafões tem 1930 empreendimentos turísticos, de restauração e similares, 35 empresas de animação turística, 22 agências de viagens e 13 Rent-a-car, ou seja, uma **esmagadora maioria** de estabelecimentos de restauração e similares, como consta no **gráfico III.3.3.5**.

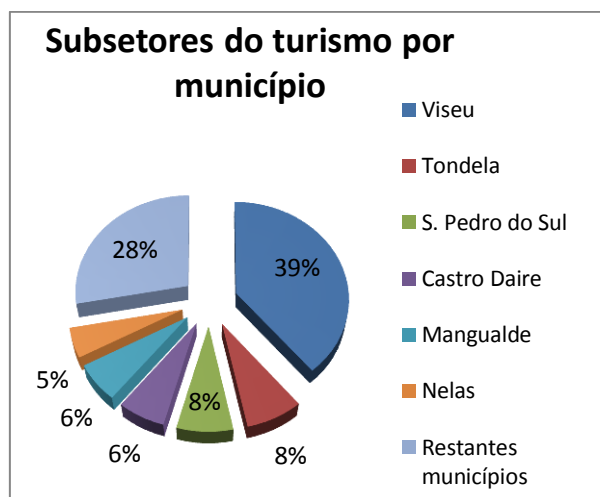


Gráfico III.3.3.5 Subsetores do Turismo da NUT III Dão Lafões

Fonte: Elaboração própria, 2016

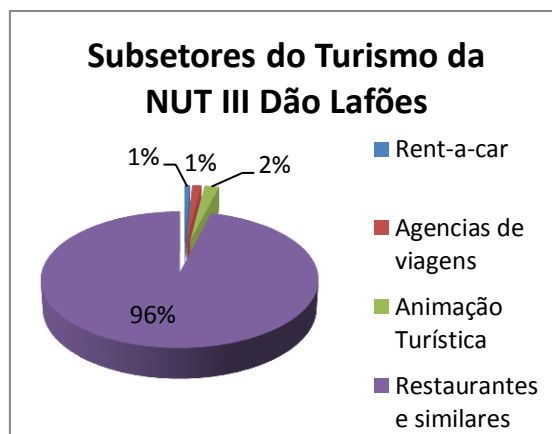


Gráfico III.3.3.6 Turismo (total subsectores) por municípios

Fonte: Elaboração própria, 2016

A análise da **tabela III.3.3.7** permite estabelecer que o **subsetor restauração e similares** tem um **peso significativo** na área do turismo, no que respeita a quantidade de estabelecimentos existentes na NUT III Viseu Dão Lafões, o que corresponde a mais de **90% do total** (gráfico III.3.3.6). No que respeita a repartição da quantidade de empresas

que contribuem para o turismo ter uma expressão significativa em Viseu Dão Lafões, observa-se que **Viseu, Tondela e S. Pedro do Sul** concentram cerca de **55% do total** dessas organizações. Assim sendo, mais de metade dos empreendimentos relacionados com o setor do turismo estão localizados em 3 municípios, que são os municípios com os valores mais altos de VAB (Valor Acrescentado Bruto) (Instituto Nacional de Estatística, 2013).

A análise seria completa com a análise do volume de negócios que este subsetor acarreta em comparação com os outros subsectores do turismo. Contudo só se conseguiu apurar no gráfico III.3.3.7 que a secção alojamento e restauração representam 4% do VAB (Valor Acrescentado Bruto) da NUT III Dão Lafões.

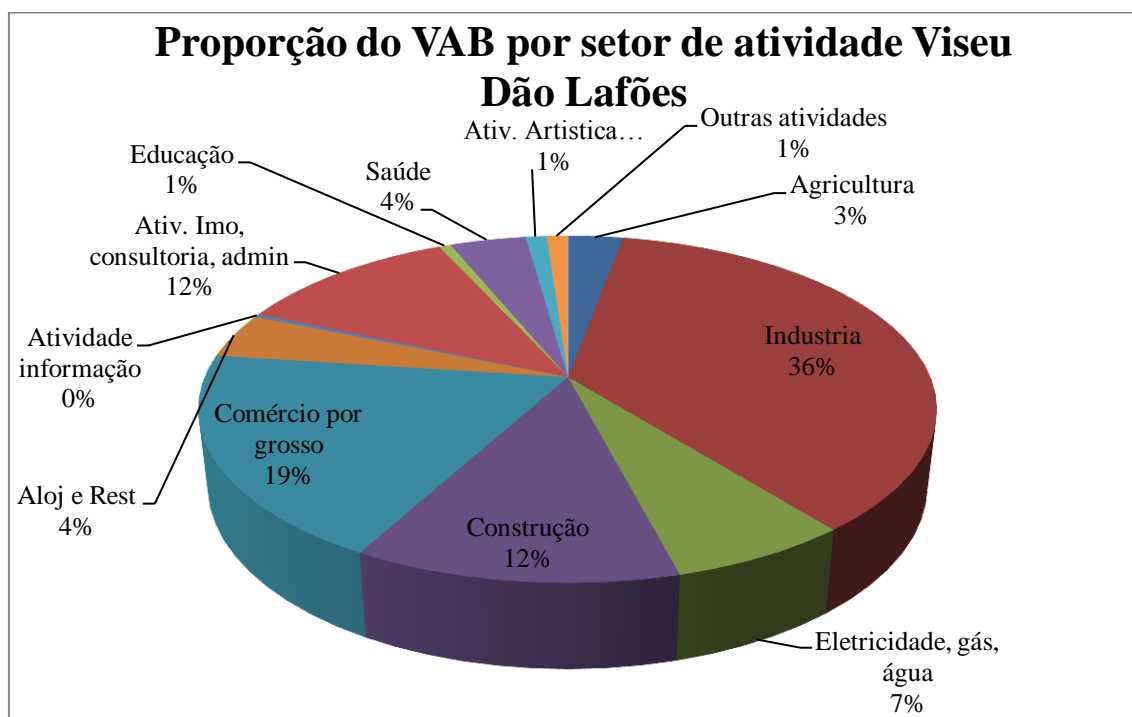


Gráfico III.3.3.7 Percentagem dos sectores de atividade da NUT III Dão Lafões

Fonte: Elaboração própria a partir de dados INE, 2014.

Uma vez conhecida a composição da oferta turística da NUT III Viseu Dão Lafões, prossegue-se para a análise da procura turística da mesma sub-região.

III.4 Procura Turística

A **Procura turística** é constituída por vários indicadores e optou-se por seleccionar seis desses indicadores que integrarão duas secções: os **indicadores da procura turística** e os **índices de concretização**.

III.4.1 Indicadores da procura turística

Tabela III.4.1.8 ⁶ Dormidas nos estabelecimentos hoteleiros por localização geográfica e por ano

Ano	2004	2006	%	2008	2010	%	2011	2014	%
Localização									
NUT III Dão Lafões	407567	498484	22,3	481722	489243	1,5	517405	409586	-20,8
Mangualde	32715	38488	17,6	40407	35829	-11,3	34020	30867	-9,2
Nelas	65172	71799	10,2	62334	54899	-12	58422	43466	-25,6
S. Pedro do Sul	80182	134255	67,4	112568	117899	4,7	135448	136630	0,9
Tondela	42190	44286	5	49790	42443	-14,7	32808	29975	-8,6
Viseu	155321	181592	17	181885	170862	-6	166239	137926	-17

Fonte: Dados INE,2016

⁶ Os dados relativos às dormidas e ao número de hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros (Tabela 4 e 5) só serão apresentados com os municípios indicados, por falta de dados nos restantes municípios.

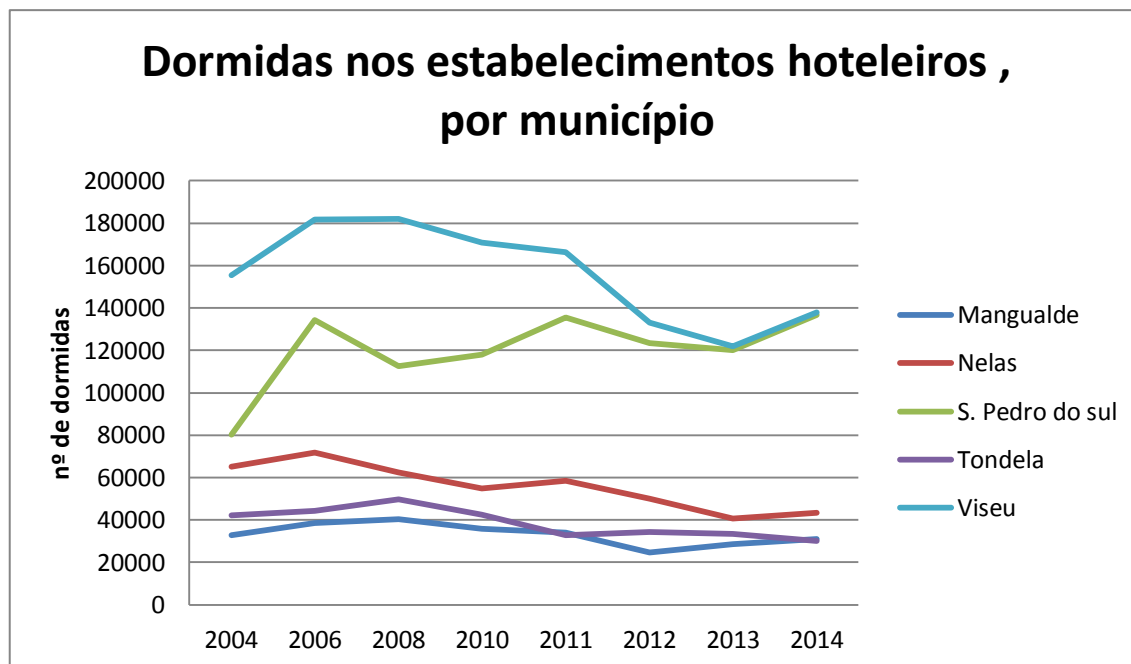


Gráfico III.4.1.8 Evolução das dormidas nos estabelecimentos hoteleiros na NUT III Visu Dão Lafões

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do INE, 2016

A **evolução das dormidas** em estabelecimentos hoteleiros observada no gráfico III.4.1.8 e na tabela III.4.1.8 demonstra uma **regressão** no que concerne a **NUT III Visu Dão Lafões**, assim como nos seus municípios que se manifestou a partir de **2008**. Tondela, Nelas e Mangualde iniciaram então uma queda acentuada, podendo atingir **25%**, enquanto S. Pedro do Sul manteve o crescimento em número de dormidas, dando um salto consequente entre 2002 e 2004 de 67,4%. A **autarquia sampedrense nunca deixou de crescer** em termos de dormidas, mesmo se havendo uma desaceleração entre 2011 e 2014.

Visu também sofreu uma **queda importante**, que se iniciou em **2008** e se acentuou a partir de 2010, atingindo 17% de redução nas dormidas, mantendo-se, no entanto, como o **município líder em número de dormidas** ao seio da NUT III Dão Lafões.

Tendo em conta que estes dados são baseados na comunicação feita pelos estabelecimentos hoteleiros ao Instituto Nacional de Estatística, e que estes conheceram uma alteração da portaria que os rege como empreendimentos turísticos, presume-se que a queda assinalada esteja relacionada, pois haverá menos estabelecimentos hoteleiros e mais alojamentos locais, e assim menos dormidas contabilizadas.

Tabela III.4.1.9 Hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros

	2002	2004	2006	2008	%	2010	2012	2013	2014	%
NUT III Dão Lafões	200494	196868	216682	226730	13,1	231050	205437	194832	183882	-20
Mangualde	...	14551	14792	22803	56,7	18873	13857	17230	17665	-6,4
Nelas	...	25388	26838	26373	3,9	26308	24903	20037	19639	-25
S. Pedro do Sul	...	18471	28800	24707	33,7	29414	25206	28323	31642	7,6
Tondela	...	23193	21985	22634	2,4	19775	19728	18435	16449	-
Viseu	109889	105051	113461	116580	6	108497	86725	71287	81865	-24

Fonte: INE

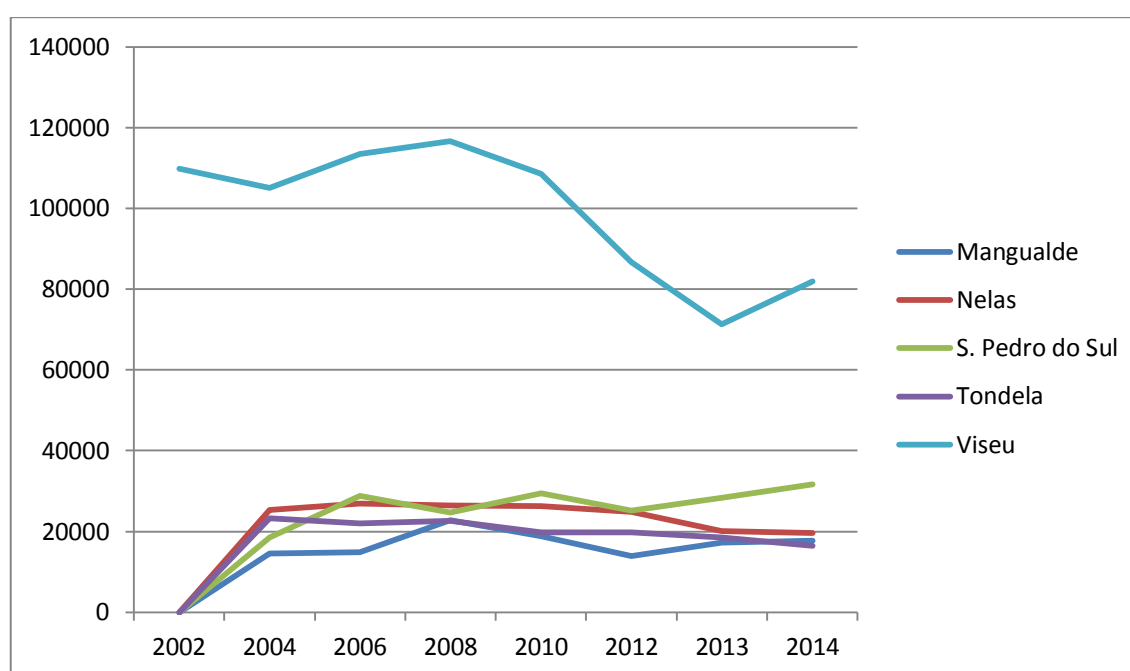


Gráfico III.4.1.9 Evolução do número de hóspedes, por localização

Fonte: elaboração própria a partir de dados INE

Da mesma forma que o indicador das dormidas indica uma redução, a tendência geral na evolução do **número de hóspedes na NUT III Viseu Dão Lafões** (tabela III.4.1.9 e gráfico III.4.1.9) é também a **diminuição** que é **mais significativa a partir de 2010**. Este facto vai ao encontro do que já foi referido, ou seja, a transição para a nova portaria que rege os empreendimentos turísticos, nomeadamente os alojamentos. Esta **queda** atingiu um valor de **20%** para a NUT III Viseu Dão Lafões entre 2010 e 2014, após um período de crescimento notável no início da década de 2000 (13% de aumento do número de hóspedes). A mesma lógica se observa nos municípios com crescimento pronunciado entre 2004 e 2008 e uma queda brutal a partir de 2010. Assim, **Viseu e Nelas** sofreram um

decréscimo notável **com 24 a 25%** de redução no número de hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros. Só **S. Pedro do Sul registou valores positivos** quanto ao número de hóspedes contabilizados entre 2010 e 2014, o que corresponde à uma evolução também positiva das dormidas deste mesmo município. Outro aspeto a salientar é o facto de **Tondela** também apresentar uma **diminuição do número de hóspedes** quando já se observou **um aumento das dormidas**, o que poderá significar que os hóspedes **aumentaram o tempo de estadia**.

Tabela III.4.1.10 Percentagem de hóspedes estrangeiros nos estabelecimentos hoteleiros da NUT III Dão Lafões.

Proporção de hospedes estrangeiros (% do total dos hóspedes)	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
NUT III Dão Lafões	15,5	14	12,5	24,5	11,7	13,9	12,6	12,8	14,6	16,2	15,6
NUT II Centro	31,8	32,2	30,3	32	32,5	31,9	29,9	30,4	33,7	34,4	34,6
Mangualde	21,5	17,9	15,2	16,3	11,9	27,6	15,6	19,6	15,6	12,6	7,5
Nelas	12,2	16	16,9	17,7	19,4	16,4	...	9,7	13,6	18	16,3
S. Pedro do Sul	12,4	1,6	2	1,3	3,4	2,9	5,7	1	3,3	1,7	2,6
Tondela	6,4	5,4	6,9	8	5,3	5,9	2,3	9,2	6,4	6,9	8
Viseu	19,2	18	15,5	16	14,4	15,5	16,4	18,2	20,9	23,6	27,2

Fonte: Elaboração própria com dados INE,2016

A tabela III.4.1.10 apresenta dados relativos à proporção de hóspedes estrangeiros na NUT III Viseu Dão Lafões e NUT II Centro, onde os **valores da NUT III** são muito **inferiores** aos da região Centro, o que significa que há muito mais hóspedes estrangeiros nas restantes sub-regiões do Centro do que na NUT III Viseu Dão Lafões. Tratam-se aqui de valores duplicados para região Centro em relação à NUT III Viseu Dão Lafões. No gráfico III.4.1.10, observa-se a evolução do mesmo indicador com valores que se poderão caracterizar de **instáveis**, pois consta-se uma grande oscilação dos valores que podem variar para alguns municípios de **7 a 13 pontos percentuais**. Outra particularidade que se poderá observar quanto à proporção de hóspedes estrangeiros são os valores de **2006 para a NUT III Viseu Dão Lafões com 24,5%** e de **2008 para Mangualde com 27,6 %**. Considerando que estes valores são picos, poderão prender-se com eventos que tenham

trazido muitos turistas estrangeiros, mas essa situação não se reflete no total da NUT III Viseu Dão Lafões, abrindo a possibilidade de um erro no registo deste indicador.

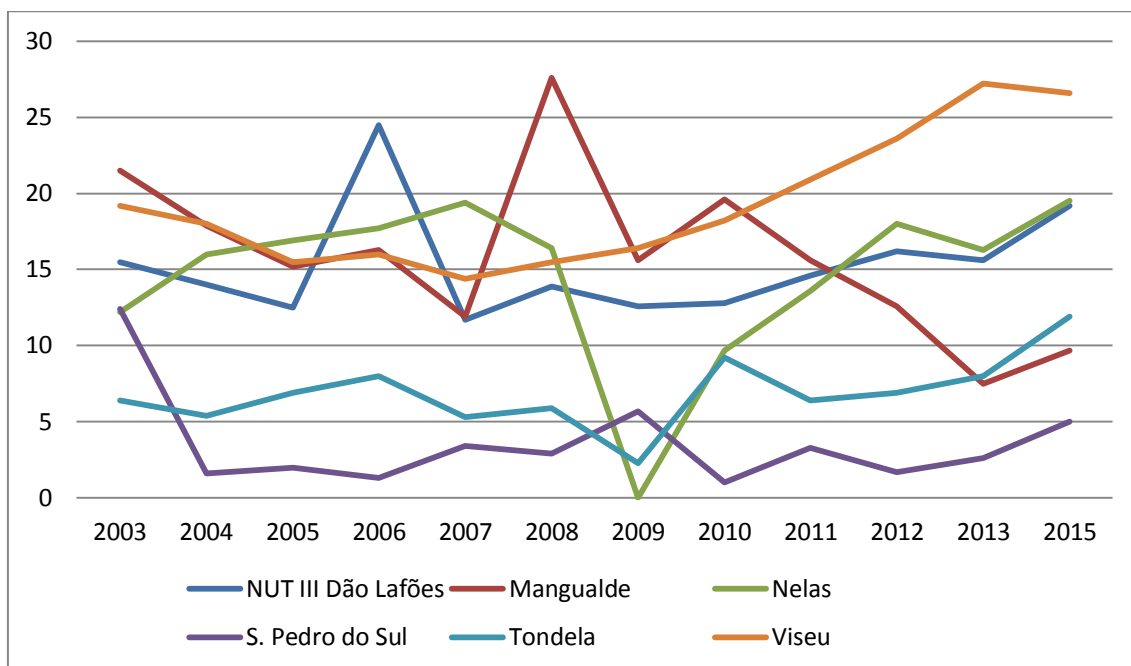


Gráfico III.4.1.10 Evolução da percentagem de hóspedes estrangeiros

Fonte: elaboração própria a partir de dados INE, 2016

É de realçar que o município com os **valores mais baixos** é **S. Pedro do Sul** com uma média de **3,5% de hóspedes estrangeiros** ao longo da década assinalada na tabela IV.1.10. **Viseu**, por sua vez, é o município que tem os **valores mais altos** frisando os **19%** de média na década referida, e com uma taxa de crescimento de 41% no mesmo período.

Para completar esta análise, propõe-se o estudo de mais três índices que por serem mistos serão considerados como índices de concretização.

III.4.2 Indicadores de concretização

Tabela III.4.2.11 Taxa líquida de ocupação cama % nos estabelecimentos hoteleiros na NUT III Dão Lafões

Ano	2006	2007	2008	2009	2010	2011	%	2012	2013	2014	2015	%
Localização												
Centro	27,6	30,1	29,4	27,9	28,6	28,7	-4,6	26	24,8	27,7	28,9	11
Dão Lafões	31,9	32,8	29,3	29,7	27,6	27,2	-17	23,4	20,7	22	22,1	-5

Mangualde	27,3	28	30,3	26,5	25,2	25,5	-9	23,5	19,9	21	23,6	0,4
Nelas	32,3	27,6	28,6	...	24,2	27,3	-1	23,9	20	20,7	20,4	-14,6
S. Pedro do Sul	33,4	38,3	28,7	31,6	31,7	28,7	-25	24,3	21,9	24,8	25,2	3,7
Tondela	30,6	32	35,3	32,6	34,6	26,3	-17,8	27,2	24	21,9	23,5	-13,6
Viseu	34,7	33,9	32	33,3	33,1	32,4	-4,4	24,7	20,9	24	23,5	-4,8

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do INE, 2016

A tabela III.4.2.11 descreve os valores da **taxa líquida de ocupação cama da NUT III Viseu Dão Lafões** e de alguns dos municípios que a constituem. A observação dos valores indica que a diminuição é geral, sobretudo até 2011, e prolongando-se ainda até 2015 para alguns municípios. Os anos de **2007 e 2008** são aqueles que possuem os **valores mais altos**, com uma taxa de ocupação cama de **38,7% para S. Pedro do Sul em 2007**, sendo o valor mais alto da tabela, para além de ser um dos municípios que manteve uma evolução positiva depois de 2011. Assinala-se, contudo, uma **queda importante de 25 % para S. Pedro do Sul entre 2007 e 2011**, o que demonstra **instabilidade**, característica já observada nos indicadores referentes à procura (dormidas, número de hóspedes).

Tabela III.4.2.12 Estada média (nº) nos estabelecimentos hoteleiros por localização, entre 2003 e 2015

Ano	2003	2004	2006	2008	2010	2012	2014	2015	Evolução
Localização									
Centro	1,8	1,8	1,9	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	⇒
Dão Lafões	2,1	2,1	2,3	2,1	2,1	2,2	2,2	2,1	⇒
Mangualde	2,4	2,2	2,6	1,8	1,9	1,8	1,7	1,8	⇩
Nelas	2,5	2,6	2,7	2,4	2,1	2	2,2	2,4	⇒
S. Pedro do Sul	4,3	4,3	4,7	4,6	4	4,9	4,3	4	⇩
Tondela	1,8	1,8	2	2,2	2,1	1,7	1,8	1,6	⇩
Viseu	1,5	1,5	1,6	1,6	1,6	1,5	1,7	1,6	⇒

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do INE, 2016

A tabela III.4.2.12 revela que a **estada média da NUT III Viseu Dão Lafões** ronda o valor de **2,1** o que significa que o tempo de estadia dos turistas que permaneceram na sub-região, é em média de 2 dias. Este valor reflete uma realidade inerente ao turismo, a

sazonalidade, considerando que se trata de um valor anual e que não são tidas em conta as variações do indicador, mas admite-se que os valores mais frequentes serão valores que correspondem aos dois dias assinalados na tabela III.4.2.12.

No que respeita a **evolução da estada média da NUT III Viseu Dão Lafões**, a **estabilidade** impõe-se com valores similares durante a década assinalada na tabela III.4.2.12, mas existe algumas diferenças quando se observam os valores dos municípios.

São Pedro do Sul destaca-se nesse sentido pois tem os **valores mais altos** em termos de estada média com **4 a 4,9 noites**, quando os outros municípios não ultrapassam uma estada média de 2 noites. Esta diferença pode explicar-se com a descrição do **perfil do turista** que frequenta a autarquia sampedrense, nomeadamente pelas suas **termas**, ou seja são **aquistas** cujas estadias são frequentemente superiores a 7 dias, sob orientação médica.

Os outros municípios apresentam valores relativamente estáveis, com tendência à descida como assinalado na coluna evolução. Assim observam-se **3 municípios** (Mangualde, S. Pedro do Sul e Tondela) cujos **valores decresceram nos últimos anos**, mantendo ainda assim uns valores similares. As restantes autarquias (Nelas, e Viseu) acompanham a evolução da NUT III Viseu Dão Lafões com uma estabilidade notória, com valores que rondam os 2 dias, o que pode corresponder a um turismo do tipo “*city short break*” mais citadino.

Continuando a análise dos índices de concretização, a atenção está orientada para os proveitos totais nos estabelecimentos hoteleiros.

Tabela III.4.2.13 Proveitos totais em milhares de euros dos estabelecimentos hoteleiros

Ano	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%
Localização								
Centro	179091	187689	187233	167298	161280	189026	222524	+24,2
Dão Lafões	19650	21188	22260	19823	17964	16290	18645	-5,1
Mangualde	1144	1103	1043	767	682	775	811	-29,1
Nelas	...	2298	2387	1812	1545	1730	1941	-15,5
S. Pedro do Sul	4986	4330	5107	4599	4355	4558	5075	+1,8
Tondela	1610	1776	1439	1449	...	1214	1002	-37,7
Viseu	7269	7944	7529	6334	5718	6093	6971	-4,1

Fonte: Elaboração própria com dados do INE, 2016

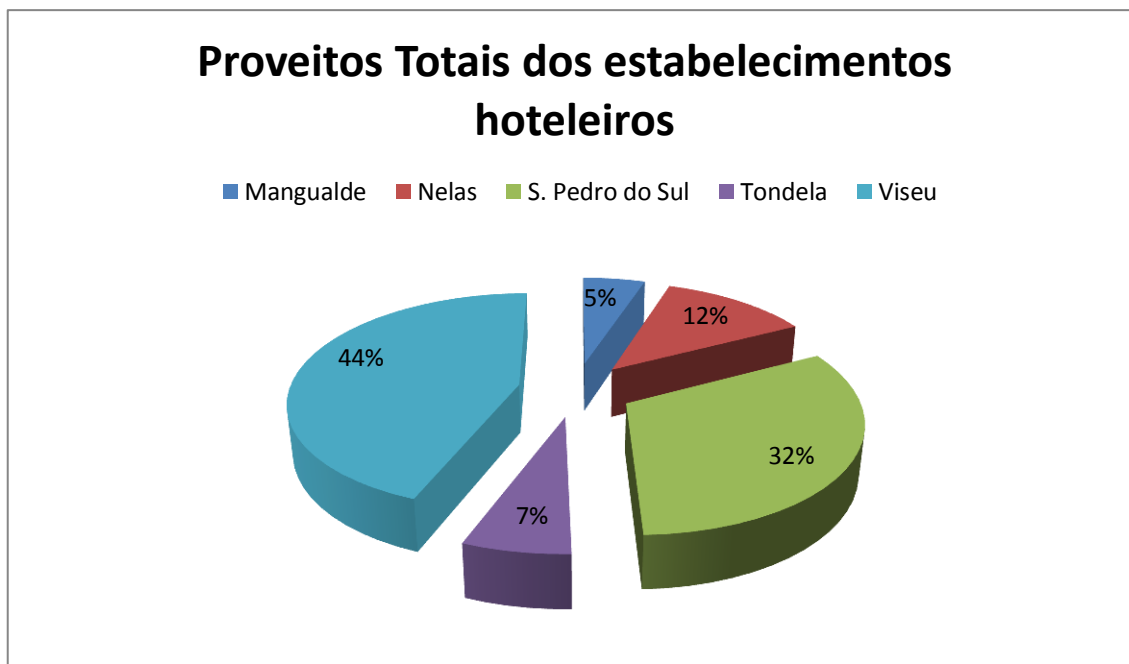


Gráfico III.4.2.11 Repartição dos proveitos totais por municípios (%) em 2015

Fonte: Elaboração própria com dados INE, 2016

A tabela III.4.2.13 expõe os **proveitos totais dos estabelecimentos hoteleiros** da NUT III **Viseu Dão Lafões**, assim como dos municípios cujos valores são considerados relevantes. Em 2015, os montantes da NUT III Dão Lafões representam cerca de **8% dos proveitos da região Centro** e assinala-se uma **evolução negativa** com uma **redução de 5%** em comparação com o ano de 2009. De forma geral, nota-se que **só um município tem uma evolução positiva**, havendo assim recuos significativos que podem atingir 37%.

S. Pedro do Sul é o único município a evoluir de forma positiva com 1,8% de aumento nos proveitos totais entre 2009 e 2015.

Como se pode constatar no gráfico III.4.2.11, **S. Pedro do Sul** representa 32% das receitas dos estabelecimentos hoteleiros da NUT III Viseu Dão Lafões, o que juntamente com o município de **Viseu** corresponde a **76% dos ganhos do mesmo território**. Mais uma vez acompanha-se a lógica dos municípios que mais estabelecimentos de alojamento possuem, apesar de Viseu também sofrer de uma queda de 4% no espaço de tempo já referido. **Tondela** é o município que mais reduziu os seus proveitos com uma **queda de cerca de 37%**, seguindo-se Mangualde com um recuo importante de 29% (tabela III.4.2.13).

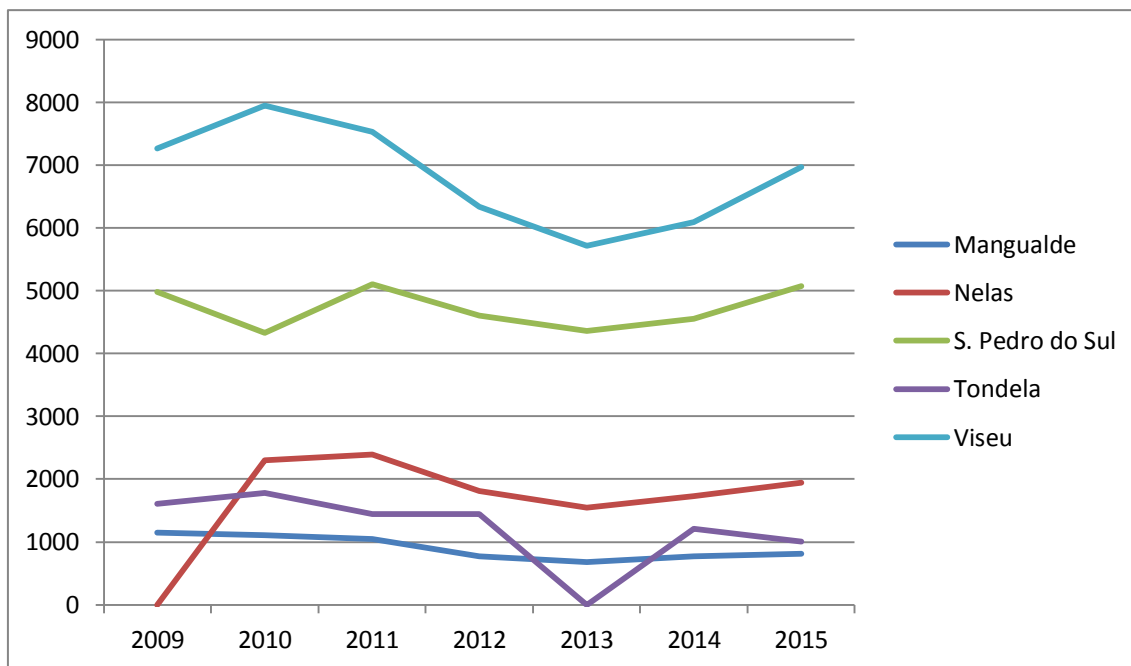


Gráfico III.4.2.12 Evolução dos proveitos totais dos estabelecimentos hoteleiros

Fonte: Elaboração própria com dados INE, 2016

III.5 Apresentação do Complexo turístico da Almargem

O **Parque aquático da Almargem** localiza-se na freguesia de **Calde**, pertencente ao concelho de **Viseu**, integrado na **NUT III Viseu Dão Lafões**, distando da sede concelhia cerca de 12 km. Esta freguesia situada na margem direita do rio Vouga e a norte do aglomerado periurbano, reúne um conjunto de condições naturais para a implantação de um projeto desta envergadura. Este espaço de grande dimensão beneficia de uma **posição geográfica estratégica**, com a presença de acessos rodoviários de tipo via rápida, permitindo alcançar mercados mais distantes.

Assim o projeto turístico da Almargem apresenta-se como sendo um **complexo turístico que tenciona funcionar o ano inteiro**, apoiando-se no **conceito indoor** para que este parque aquático se posicione como o **único parque aquático indoor** da península ibérica.

Por esse motivo, a Almargem visa ser um **catalisador para a região em termos económicos**, posicionando-se como um espaço de diversão onde a água é o fator primordial, quer seja do domínio artificial (piscinas), quer seja do domínio natural (praia fluvial). Na conceção do projeto do parque aquático da Almargem, existiu sempre a preocupação de **respeitar harmoniosamente a paisagem** onde foi edificado, permitindo incluir no projeto a vertente de **turismo de natureza** através da praia fluvial e das

atividades que lhe são associadas (triticultura, área de piqueniques, percursos pedestres, parque infantil, borboletário).

O objetivo de abertura o ano inteiro justifica-se então pela **vertente de parque aquático indoor**, onde se encontram produtos como as piscinas (interiores e exteriores), os *tobbogans*, o rio lento, um *health club*, um *spa/hammam*, uma cafeteria e um infantário. Mas também pela existência de outras vertentes, como a praia fluvial já referida, constituindo esta a vertente **outdoor do projeto**. Também se pretende desenvolver um **centro multifuncional**, como produto basilar do projeto que propõe instalações de apoio como um restaurante, um espaço multiatividades, uma loja de conveniência, um bar e uma receção. Cada vertente ainda se subdivide em várias valências como as piscinas interiores e exteriores, às quais se anexam *toboggans* de vários tamanhos, um *spa*, um *health club*, um restaurante, uma cafeteria, entre outros equipamentos.

As várias vertentes pressupõem que se **alcance um mercado mais alargado**, abrangendo como públicos-alvo várias faixas etárias constituídos pelas **famílias, pelos seniores, pelos jovens e pelos grupos**. O posicionamento no mercado da Almargem confirma a vontade de permanecer aberto o ano inteiro, tendo como público alvo não só o público das regiões limítrofes, como também estrangeiros, nomeadamente o **mercado de Espanha** (Galiza, Castela e Leão). Um estudo de mercado fornecido pela equipa gestora da Almargem comprova que a nacionalidade mais presente é a espanhola.

Porém, o Complexo turístico da Almargem encontra-se ainda em fase de construção, não havendo uma estimativa para a sua inauguração.

III.6 Conclusão

O presente capítulo teve o intuito de apresentar a sub-região Viseu Dão Lafões onde se situa o já referido Parque Aquático da Almargem. Apurou-se que a NUT III em foco possui características que a posicionam como uma região de transição entre o litoral e o interior, mesclando a ruralidade interior e o dinamismo do litoral. Confere-se assim uma população concentrada no polo urbano que é a cidade de Viseu, único conjunto urbano que demonstrou evolução demográfica positiva e que se enquadra numa área predominantemente rural pela sua trama arquitetónica, como pela composição humana.

O estudo demográfico permitiu realçar os traços principais da população Dão-Lafonense: uma população dispersa, envelhecida, isolada, que aparentemente não tem grande

dinamismo, à exceção de Viseu, cidade média do interior que num painel de 12 cidades identificadas na Região Centro, posiciona-se em terceiro lugar em número de habitantes.

Numa primeira abordagem, entende-se que o turismo poderá ter uma expressão favorecida somente na cidade de Viseu. A análise da oferta e da procura enquadraram-se nesta pesquisa no sentido de avaliar o real peso desta área e irá revelar outros elementos importantes. Assim, a oferta turística na NUT III Viseu Dão Lafões baseia-se nos estabelecimentos hoteleiros demonstrando alguma constância na sua evolução, mas com especial destaque para as cidades de Viseu e S. Pedro do Sul que possuem mais de 50% da capacidade de alojamento da sub-região em estudo. Contudo é de salientar que a portaria que rege os empreendimentos turísticos veio alterar, aquando da sua promulgação, o número de estabelecimentos hoteleiros, pela reformulação que a tipologia sofreu.

A oferta turística de Viseu Dão Lafões possui recursos primários relevantes e recursos secundários complementares e estruturantes de que qualquer região necessita para o seu bom funcionamento. Os recursos primários têm o objetivo de atrair visitantes e observa-se que a sub-região Viseu Dão Lafões tem argumentos de valor no património natural e cultural que permitam concretizar essa atração. A NUT III Viseu Dão Lafões é uma aposta para o Parque temático da Almargem que poderá ser coroada de sucesso, havendo uma envolvente natural de qualidade que as Serras da Arada, do Caramulo, da Freita, e do Montemuro encarnam. Este património natural tem sido valorizado por projetos como as Montanhas Mágicas®, a Rota da Água e da Pedra e pelo reconhecimento pela Rede Natura 2000 como Sítios de Importância Comunitária. Não obstante, o património cultural tem uma posição igualmente importante como fator de atração, sendo exaustiva a lista de elementos arquitetónicos e arqueológicos registados nesta sub-região. O reconhecimento de entidades que ultrapassam o alcance nacional, permite atrair mais turistas, como é o caso quando se fala de monumentos nacionais (26 registados em Viseu Dão Lafões).

A par destes elementos culturais, convém ressaltar a intervenção das populações autóctones que através de associações etnográficas ou agrupamentos de cantares ou ranchos folclóricos asseguram a continuidade do contacto com as tradições que construíram a identidade desta sub-região. O contributo humano é decisivo neste tipo de ambiente e o seu suporte infraestrutural também reside nos equipamentos de que cada município dispõe.

Apurou-se que os equipamentos culturais, desportivos e de lazer são os mais significativos na NUT Viseu Dão Lafões, com ênfase nos equipamentos desportivos, nos quais nenhum município omitiu investir, seguidos dos equipamentos de lazer (incluindo estâncias termais) e terminando com os equipamentos culturais e recreativos com menor representação. Convém realçar que os eventos também têm sido uma aposta dos municípios para promover produtos com denominação de origem controlada e tradições que envolvem gastronomia e saberes ancestrais.

Noutro patamar, os recursos secundários também são importantes e, afinal, imprescindíveis para os habitantes, observando-se que estes se orientam à volta de três eixos: a gastronomia e os vinhos, os equipamentos de turismo e as infraestruturas que interligam os municípios. Os recursos secundários existem e constituem um posto importante que é tratado a nível local pelas autarquias, dependendo muito dos recursos financeiros das mesmas, mas sempre assegurando o mínimo para o bem-estar dos habitantes. Contudo, importa recordar que estes recursos são um suporte para qualquer atividade económica, inclusive a atividade turística, que apesar da envolvente tem uma expressão afirmada com a supremacia de três municípios: Viseu, Tondela e S. Pedro do Sul.

No que concerne a procura turística da NUT Viseu Dão Lafões, avaliou-se que a sub-região Viseu Dão Lafões viu a sua frequência diminuir, mesmo se a sua capacidade aumentou, como já foi referido. Destacam-se aqui mais uma vez os municípios de Viseu e S. Pedro do Sul, que no caso do primeiro mantém-se como líder em termos de número de dormidas e de hóspedes, e o segundo que, ao inverso dos restantes municípios, manteve o aumento do número de dormidas e de hóspedes nas unidades hoteleiras registadas. Esta constatação é amenizada pela observação de outros indicadores da procura como a taxa de ocupação cama, que tem vindo a baixar, o que indica uma diminuição do número de camas, havendo um número de dormidas em crescimento. Esta observação remete para o facto de haver uma nova legislação relativa aos empreendimentos turísticos, que terão passado para o estatuto de alojamento local ou turismo em espaço rural, não havendo contagem das camas nestes casos. Resta realçar o facto de Viseu ser um polo atrativo que irradia a um nível internacional, sendo o município que mais turistas estrangeiros recebe. Por sua vez S. Pedro do Sul é a autarquia que menos turistas estrangeiros recebe, porém apresenta valores que indicam uma estada média superior a qualquer município da NUT em estudo, o que explica uma constante evolução positiva em termos de proveitos totais, ou seja os lucros obtidos através da atividade turística.

Viseu Dão Lafões possui características que a promulgam para uma posição favorável em termos de investimentos. É de fácil alcance ao nível europeu e também nacional; é atrativa para diversos tipos de turismos, abrangendo um leque maior de potenciais visitantes, fundamentando-se a criação de um parque aquático ou de qualquer outro empreendimento da área do turismo.

A caracterização da divisão estatística Viseu Dão Lafões permitiu desvendar algumas limitações tanto do próprio território como nos instrumentos de pesquisa disponíveis. Esta pesquisa ainda carece de informações por estas não estarem disponíveis, ou acessíveis. Contudo apurou-se que o espaço estudado é ainda profundamente rural, o que aparenta ser negativo em termos de recursos, mas também positivo, pois ainda há espaço para evoluir de forma acertada, sem exceder a capacidade de carga da região. Se Viseu Dão Lafões tem capacidade e espaço para se abrir ao mercado internacional, convém sensibilizar os gestores para que a sustentabilidade seja a palavra de ordem, constituindo um desafio no futuro no setor do turismo.

CAPÍTULO IV METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO

IV.1 Introdução:

O interesse pela investigação em turismo é recente e de acordo com Veal (2006) investigar é útil tanto para os profissionais como para os académicos, dado que se trata de uma ‘ferramenta da ciência’ e que o seu propósito é ‘avançar o conhecimento humano’ (Elias, 1986, citado por Veal, 2006, p. 2). Toda a **investigação** necessita de uma **metodologia estruturada** que permita criar uma ligação entre a questão de partida e a sua resposta constituída pelos resultados da própria pesquisa e assim contribuir para o conhecimento. Nesse sentido, este capítulo pretende descrever a metodologia aplicada neste estudo, com uma primeira secção, que propõe fundamentar o modelo de investigação e avaliar as suas limitações e, uma segunda secção, que descreve a evolução da metodologia aplicada neste trabalho adaptada das metodologias utilizadas em casos similares de investigação qualitativas.

IV.2 Modelo de investigação: fundamentação da metodologia e suas limitações

IV.2.1 Fundamentação do modelo de investigação

A **honestidade e a transparência** são regras imprescindíveis quando se desenvolve uma investigação, o que explica a necessidade de apresentar um **modelo teórico** com **etapas claramente definidas** que levam a resultados sustentados, pois, como o refere Bunge, (1990, cit. por OMT, 2001, p.5) o método científico é designado como “o conjunto de etapas e regras que assinalam o procedimento para levar a cabo uma investigação cujos resultados são aceites como válidos pela comunidade científica”. Veal (2006, p.45) acrescenta que “um plano de pesquisa [...] deve resumir como um projeto de pesquisa deve ser conduzido na sua totalidade.” Ou seja, do início ao fim.

Para tal, Van Campenhoudt & Quivy (2011) e Veal (2006) propõem **esquematizar o processo de investigação** como consta na figura IV.2.1.6, e no sentido de conseguir sistematizar a presente investigação, optou-se por justapor as propostas destes autores. Os autores alertam para o facto de apesar de haver uma sequência, não é obrigatório haver esta ordem, pois a sucessão de etapas pode adequar-se às investigações e surgirem novamente no decorrer da pesquisa (Van Campenhoudt & Quivy, 2011; Veal, 2006).

De forma geral, a **figura IV.2.1.7** demonstra que tem de haver um **tema/questão de partida** que permita iniciar a investigação, e de seguida uma **exploração/ revisão da literatura** que irá permitir entender o estado da arte do tema estudado. Constrói-se então a **problemática** e **estrutura-se a metodologia de investigação**, para se poder recolher **resultados**, analisá-los e emitir **conclusões** em resposta à questão de partida.



Figura IV.2.1.6 Etapas do processo de investigação-Comparação entre Veal e Campenhoudt e Quivy

Fonte: Elaboração própria a partir de Veal (2006) e Van Campenhoudt & Quivy (2011)

Van Campenhoudt & Quivy (2011) abordam também a metodologia de investigação numa dimensão paralela às etapas do processo de investigação, e dividida em **3 atos: rutura, construção e verificação**.

Tal como as etapas do processo de investigação, estes atos estão interligados e podem intervir de forma repetida no processo de investigação. Van Campenhoudt & Quivy (2011) explicam que a **rutura** corresponde à fase de entrada no assunto de pesquisa, tendo por base o conhecimento adquirido que se vai confrontar com o conhecimento aprofundado que uma investigação acarreta. Pressupõe-se que haja uma capacidade de ponderação no que respeita ao conhecimento já inerente ao investigador, evitando cair nos preconceitos.

A **construção** por sua vez constitui o encontro entre a teoria e a metodologia, onde se desenham os planos de investigação que permitem dizer que é “graças a este quadro teórico que o investigador pode construir propostas explicativas do fenómeno estudado”, e sem a qual (construção teórica), não haveria experiências válidas” (Van Campenhoudt & Quivy, 2011, p. 20), recordando que esta etapa é crucial para um trabalho bem estruturado.

A **verificação** tem o intuito de ser o ato final que permite validar o processo desenvolvido anteriormente.

IV.2.2 Limitações da pesquisa

Porém, o processo de investigação apresenta algumas dificuldades, dado que **não existe um método rígido** mas sim um processo que se irá adaptar ao tipo de investigação desenvolvida como o sugerem Van Campenhoudt & Quivy (2011).

É consensual dizer que o turismo é considerado como uma **ciência social**, daí a **dificuldade do tratamento da informação** recolhida prender-se com a imprevisibilidade dos indivíduos alvo da pesquisa (Veal, 2006). Consequentemente não se obtêm resultados similares entre estudos também similares, nem conclusões consensuais, havendo ainda algumas lacunas que permitem aos académicos desenvolver estudos complementares.

À dificuldade de tratamento da informação inerente ao estudo dos comportamentos das ciências sociais, une-se a **escassez** já referida no que concerne a **literatura sobre parques temáticos**. Nomeadamente, na importância que um equipamento com estas características poderá ter no desenvolvimento dos destinos. Assim o caso do Parque Aquático da Almagem posiciona-se como uma necessidade. Trata-se de entender o quão influencia a sua envolvente a implementação de uma atração turística num meio já definido como rural (capítulos II e III). Também se pretende avaliar o grau de interação entre os diversos agentes presentes no território em estudo que serão do domínio público ou privado.

Contudo a pesquisa realizada permitiu identificar algumas referências nesta área conforme se demonstrou e no sentido de comprovar a referida escassez de literatura relacionada com o tema aqui tratado, reuniram-se na tabela IV.2.2.14 os artigos que resultaram da pesquisa efetuada para construir a revisão da literatura do capítulo II. Contam-se **21 documentos** que se focam na **interação entre parques temáticos/atrações turísticas e a sua envolvente/visitantes**, dos quais **15 tratam o tema dos parques temáticos**.

Tabela IV.2.2.14 Documentos obtidos na revisão da literatura

Autores	Metodologia utilizada	Tipo de documento	Tema ou questão de partida	ano
Milman, Okumus, Dickson	Qualitativa: Discussão construída com base em 7 artigos que tratam do tema	Artigo	Contribuição dos parques temáticos para a sustentabilidade social e económica do destino	2010
Ady Milman	Qualitativa: Análise descritiva	Artigo	Dimensões e práticas que evoluíram e moldaram a indústria global de parques temáticos	2010
Seiji Kawamura, Tadayuki Hara	Quantitativa: análise descritiva/pesquisa exploratória/estudo de caso	Artigo	Fatores de sucesso de um parque temático Causas da falha de um grande parque temático no Japão	2010
Martins e Costa	Mista: Análise comparativa, quantitativa e qualitativa entre as duas tipologias quanto à sustentabilidade e ao turismo	Artigo	Diferenças entre os conhecidos Parques Temáticos e os Parques Patrimoniais, estabelecendo critérios que facilitem a compreensão da dicotomia em jogo	2009
Alan Fyall, Brian Garrod, Anna Leask, Stephen Wanhill	Qualitativa: pesquisa exploratória, Revisão literatura	Manual	Papel das atrações turísticas	2008
Drídea Catrinel Raluca; Strutzen Gina	Qualitativa: Revisão da literatura, estudo de caso, pesquisa exploratória	Artigo	Desafios dos planeadores na implementação de parques temáticos	2008
Birgit Pikkemaat and Markus Schuckert	Qualitativa: entrevistas a gestores	Artigo	Quais fatores são importantes para a gestão e o sucesso dos parques temáticos?	2007
Richard Sharpley	Qualitativa: Case Study, In-depth interviews, secondary data	Artigo	Fatores de sucesso das atrações turísticas , a influência das mesmas na sua envolvente, essencialmente nos espaços rurais	2007
Ady Milman	Qualitativa: observação e pesquisa exploratória	Manual	Histórico dos Parques temáticos , Exemplos de gestão e suas estratégias, Tendências	2007
Salvador Anton Clavé	Qualitativa: estudos de casos	Manual	A indústria dos parques temáticos em várias vertentes	2007
Ana Caldeira	Quantitativa: submissão de questionários	Tese	Gestão dos visitantes nas atrações turísticas	2006
J. Enrique Bigne, Luísa Andreua, Juergen Gnothb	Quantitativa: submissão de questionários a visitantes	Artigo	Este artigo analisa como as emoções do visitante em um ambiente de parque temático influenciam satisfação e intenções comportamentais.	2004
Swarbrooke	Qualitativa: pesquisa exploratória, Revisão literatura, estudo de caso	Manual	Atrações turísticas: papel, evolução, gestão.	2002
Peter Jones	Qualitativa: Estudo de caso	Artigo	Descritivo da estratégia dos Center Parks , na integração de uma nova unidade já com existência própria	2002
Michael Braun	Qualitativa: estudo de caso	Relatório	Comprovar o impacto económico de um parque temático sobre a região	2000
Clavé	Qualitativa: Revisão literatura, pesquisa exploratória	Artigo	Desenvolvimento dos parques temáticos a nível mundial.	1999
Anne-Marie d’Hautesserre	Qualitativa: Estudo de caso	Artigo	Parque temático Disneyland Paris: evolução e perspetivas	1998
Peter Dybedal	Qualitativa: Estudo de caso	Relatório	Atrações emblemáticas: importância para o desenvolvimento do turismo em áreas periféricas.	1998
Sandro Formica, Michael D. Olsen	Qualitativa: análise de conteúdo	Artigo	Indústria de parques de diversões/temáticos e sua evolução durante os anos 90.	1998
Bradley M. Braun, Mark D. Soskin	Qualitativa: observação e pesquisa exploratória	Artigo	Choques externos e de mercado afetaram o comportamento estratégico dos gestores de parques temáticos	1998
Botterill	Qualitativa: pesquisa exploratória	Tese	Histórico dos parques temáticos	1997

Fonte: Elaboração própria

Na tabela IV.2.2.14 também se observa uma documentação baseada em **artigos científicos** (13) com alguns **manuais** (4), **duas teses** e **dois relatórios**, todos relativamente **recentes**, apesar de haver uma **interrupção em 2010**, e justificando-se a relevância do estudo dos parques temáticos.

Ainda observando a tabela IV.2.2.14, é de referir que das 21 referências, 17 utilizam a metodologia qualitativa, o que apoia a decisão de enveredar por esta metodologia neste trabalho.

IV.3 Metodologia aplicada

Seguindo a metodologia de Van Campenhoudt & Quivy (2011) e Veal (2006), adaptou-se e definiu-se uma metodologia com as etapas apresentadas na figura IV.3.8.

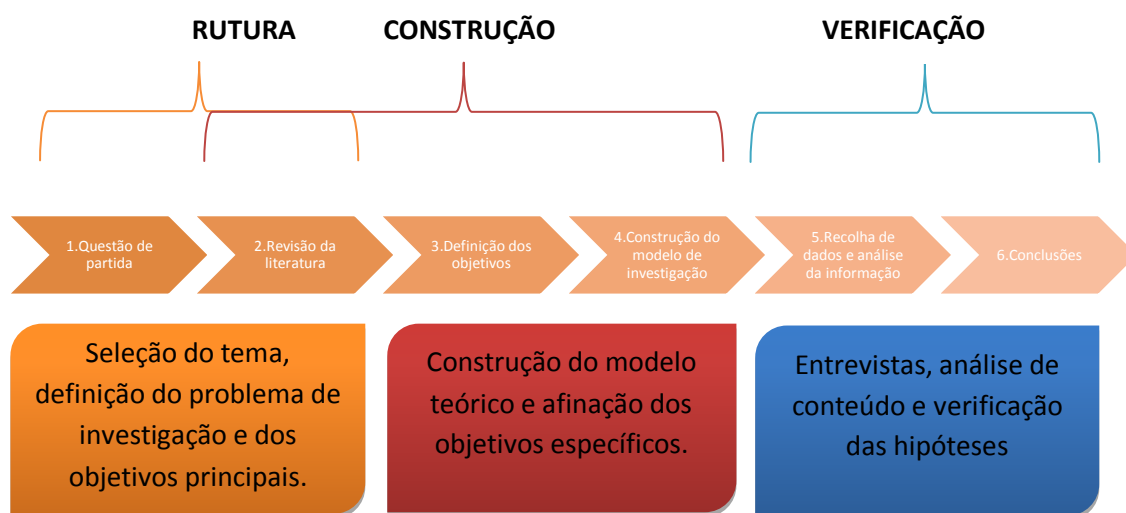


Figura IV.3.7 Processo metodológico adotado

Fonte: Elaboração própria.

A par com os atos de Van Campenhoudt & Quivy (2011) identificaram-se **três fases** nas quais se desenvolvem **6 etapas**. No sentido de manter um processo honesto e transparente, pretende-se identificar cada passo da metodologia adotada (assinalada na tabela IV.3.7) nos seguintes parágrafos, explicando como se sistematizaram cada etapa.

IV.3.1 Seleção do tema, definição do problema de investigação e dos objetivos principais.

Com base na figura IV.3.7, ficou definido que a metodologia adotada terá 3 grandes atos, similares aos atos de Quivy & Campenhoudt, onde o ato de rutura corresponde à **questão**

de partida e à **revisão da literatura**; assim pretende-se inserir neste passo a seleção do tema, a definição da problema de investigação e dos objetivos principais.

A **questão de partida** aparece como a primeira etapa, mas esta ordem poderá sofrer alterações, pois “os primeiros quatro elementos descritos – seleção do tema, revisão da literatura, conceção de um quadro conceptual e seleção das perguntas de investigação – raramente acontecem de forma linear” (Veal, 2006, p. 45).

Antes de iniciar uma investigação, coloca-se a pergunta: «Como surge a investigação? A resposta é simples já que surge do interesse, da análise e da reflexão da pessoa que conduz a investigação» (OMT, 2001, p. 8). Emergindo através do interesse do investigador do presente trabalho, o tema escolhido, após alguma reflexão foi a “**capacidade de um parque temático como motor de desenvolvimento turístico de uma zona rural: o caso do parque Aquático da Almargem**”.

Considerando que “a definição do problema de investigação constitui-se como uma etapa central no modelo de investigação definido”, afina-se a seguinte questão de partida: **qual a importância de um parque temático como o parque aquático da Almargem para o desenvolvimento do turismo em meio rural?** Permitindo expor o **problema de investigação** e avançar com o **objetivo principal** que será:

Demonstrar a importância de um parque temático para o desenvolvimento local do turismo em meio rural.

Posto o problema, será através da **revisão da literatura**, que se afinarão os objetivos e se enquadrarão os conceitos principais abordados na investigação. Com esta **segunda etapa do processo** de investigação (Figura IV.3.2), parte integrante de uma metodologia que poderá ser **retroativa**, define-se um «processo de identificação e envolvimento com pesquisas previamente publicadas relevantes para o tópico de interesse» (Veal, 2006, p. 52).

A **questão de partida e a revisão da literatura** correspondem à rutura, já referida, que Van Campenhoudt & Quivy (1998, citado por Costa, 2012, p.184) explicam consistir “em romper com os preconceitos e as falsas evidências, que somente nos dão a ilusão de compreendermos as coisas”. Ou seja, existe a necessidade do investigador desenvolver o seu conhecimento para além do senso comum ou dos conhecimentos adquiridos para quebrar o possível preconceito.

Com um conhecimento mais apurado e objetivo do tema selecionado, prossegue-se para a **definição dos objetivos** de investigação que deverão estar ligados aos conceitos destacados através da revisão da literatura.

Como tal, a **definição dos objetivos principais** estará relacionada com os capítulos constituintes deste estudo como referido na figura IV.3.1.8, onde se observa o desencadear da pergunta de partida aos objetivos gerais desta investigação.

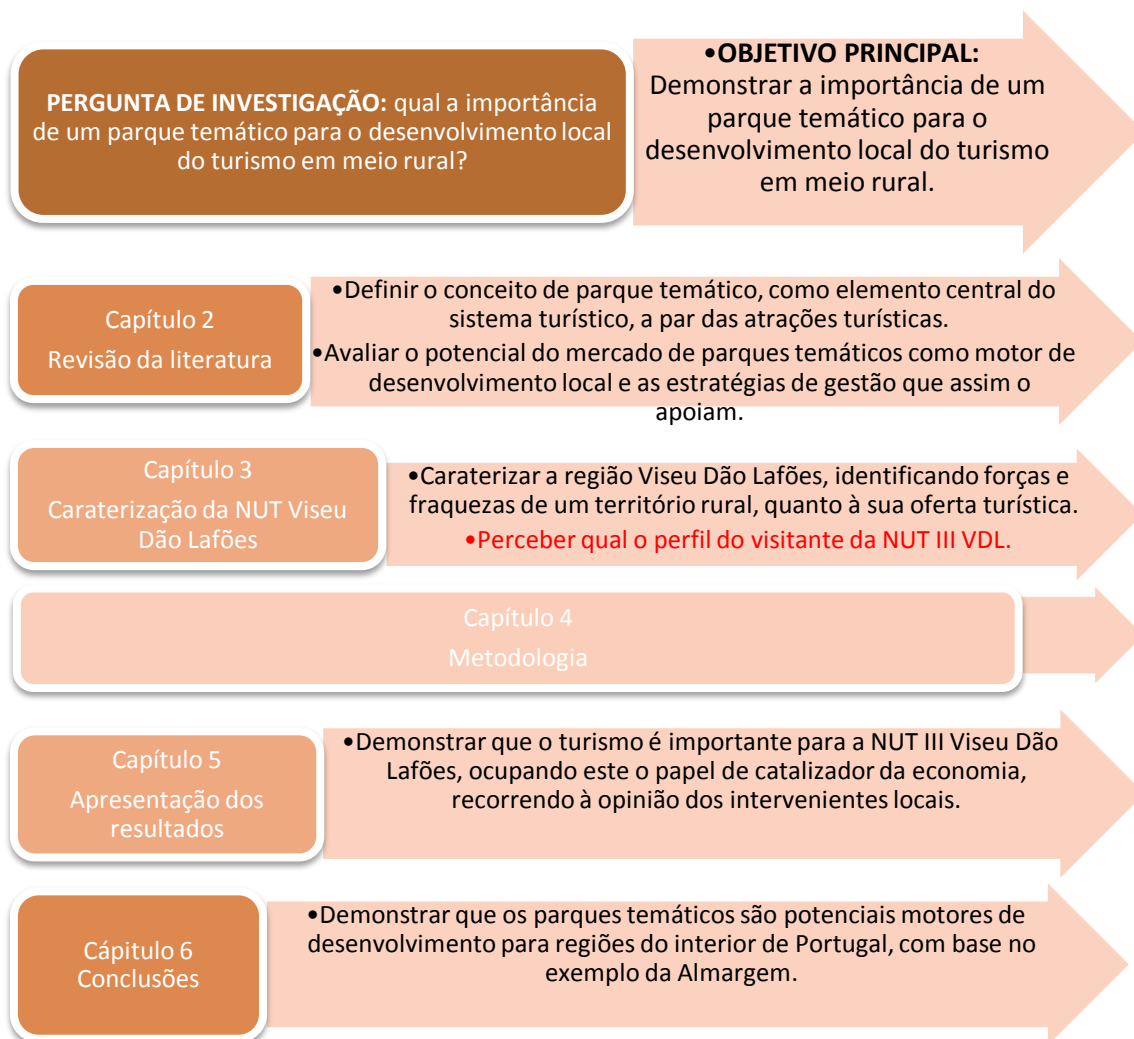


Figura IV.3.1.8 Objetivos gerais por capítulo

Fonte: Elaboração própria.

Estes objetivos gerais permitem elencar objetivos específicos no sentido de responder à pergunta de partida, mas também de servir de estrutura para a construção do modelo de investigação adotado nesta tese.

IV.3.2 Objetivos específicos e construção do modelo de investigação

De acordo com Veal (2006, p.54) “o desenvolvimento de um quadro conceptual é sem dúvida a parte mais importante de qualquer projeto de pesquisa e também o mais difícil”. Por esse motivo, as seguintes figuras descrevem as **linhas de raciocínio** seguidas para conseguir obter um modelo teórico sólido e de fácil compreensão para o leitor.

As figuras seguintes apresentam os **objetivos específicos** dos capítulos sobre a revisão da literatura (figura IV.3.2.9) e sobre a caracterização da NUT III Viseu Dão Lafões (figura IV.3.2.10), capítulos que serviram para enquadrar o domínio estudado.

OBJETIVO GERAL:	Objetivos específicos
1. DEFINIR O CONCEITO DE PARQUE TEMÁTICO COMO ELEMENTO CENTRAL DO SISTEMA TURÍSTICO, A PARTIR DAS ATRAÇÕES TURÍSTICAS.	1. Contextualizar a integração de uma atração, como um parque temático, no sistema turístico;
	2. Perceber a importância que a criação de um parque temático tem no desenvolvimento do turismo em áreas de baixa densidade;
2. AVALIAR O POTENCIAL DO MERCADO DE PARQUES TEMÁTICOS COMO MOTOR DE DESENVOLVIMENTO LOCAL E AS ESTRATÉGIAS DE GESTÃO QUE O APOIAM	3. Identificar as principais características de uma atração como um parque temático, deve ter, tendo por base o território onde se irá localizar, quais as razões de escolha deste investimento;
	4. Entender a forma como uma atração como um parque temático é percebido pelos agentes do território, públicos e privados;
	5. Avaliar a dimensão de iniciativas e apoios que os agentes do território podem preparar para apoiar o desenvolvimento de uma atração, como um parque temático.

Figura IV.3.2.9 Definição dos objetivos específicos ligados ao capítulo da revisão da literatura

Fonte: Elaboração própria

OBJETIVO GERAL:	Objetivos específicos
CARACTERIZAR A REGIÃO VISEU DÃO LAFÕES, IDENTIFICANDO FORÇAS E FRAQUEZAS, QUANTO À SUA OFERTA E PROCURA TURÍSTICA.	1.Face à dualidade rural/urbana que caracteriza a região Viseu Dão Lafões , perceber quais as estratégias aplicadas para promover o dinamismo empresarial e atrair gentes.
	2.Entender quais os investimentos necessários para o benefício da região VDL (rural/urbana).
	3.Entender quais são os principais setores de atividades da região VDL.
	4.Perceber qual a importância do turismo para os stakeholders /opinion leaders: benefícios e limitações.
	5. Entender quais são os principais recursos turísticos da região VDL.

Figura IV.3.2.10 Definição dos objetivos específicos ligados ao capítulo da caracterização da NUT III Viseu Dão Lafões

Fonte: elaboração própria.

A **figura IV.3.2.9** descreve os objetivos específicos do capítulo teórico da revisão da literatura, fazendo emergir de forma detalhada os temas a desenvolver.

Da mesma forma, a **figura IV.3.2.10 enumera** os objetivos específicos relacionados com o capítulo da caracterização da sub-região em estudo. Estes objetivos permitem delinear os temas que se justificam ser abordados no decorrer da investigação empírica, ajudando na construção do modelo de investigação.

De acordo com Veal (2006, p.54) “o desenvolvimento de um quadro conceptual pode ser pensado como envolvendo quatro elementos [...] O elemento “identificação de conceitos” deveria, talvez, ser o ponto de partida [...]”, apesar do “exercício ser iterativo, ou seja envolve ir para trás e para frente entre os vários elementos até que uma solução satisfatória seja alcançada”.

Como consta **na figura IV.3.2.11, existe uma ordem sugerida por Veal**, mas que poderá ser alterada conforme as necessidades da investigação. Uma vez evidenciados os conceitos, poderão determinar-se quais as relações entre conceitos para poder sistematizar-se a informação, e não obrigatoriamente na ordem sugerida (explicar as (1) relações entre conceitos, (2) identificar os conceitos, (3) definir conceitos e (4) operacionalizar conceitos).

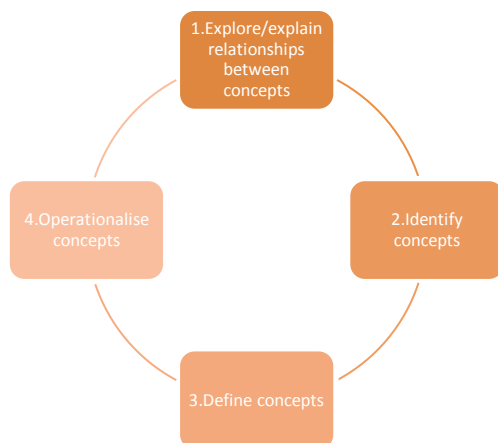


Figura IV.3.2.11 Desenvolvimento do quadro conceptual

Fonte: Veal,2006, p.55

Desta forma, e com base no modelo de Veal, **elaborou-se o modelo teórico apresentado como figura IV.3.2.12**, no sentido de operacionalizar/sistematizar a informação recolhida até a este ponto da investigação, observando-se assim a interação entre os capítulos desta investigação, através dos conceitos e suas ligações, que podem ser intra- ou extra-capítulo.

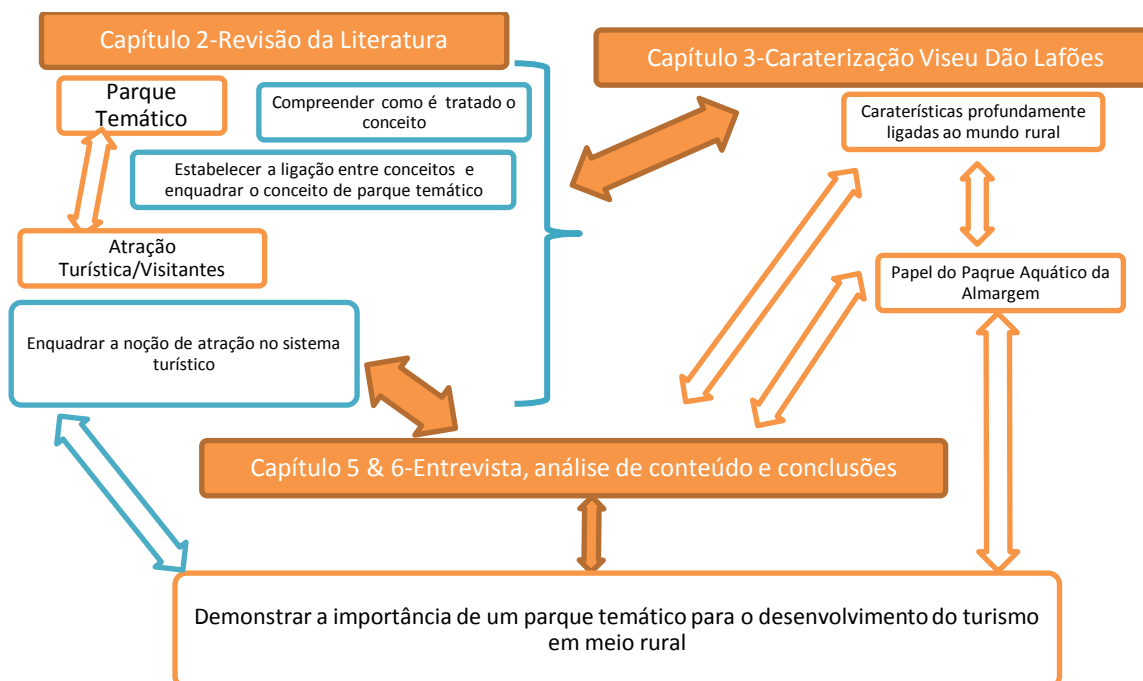


Figura IV.3.2 12 Modelo teórico

Fonte: Elaboração própria

Ademais, verificou-se que a elaboração do modelo teórico seguiu as etapas sugerida por Veal, apesar de ter sido numa ordem diferente, iniciando o processo pela identificação dos conceitos, para depois entender as ligações entre conceitos, definir os conceitos e finalmente sistematizar com o modelo teórico supracitado.

IV.3.3 Entrevistas, análises de conteúdo e verificação de hipóteses

A metodologia selecionada aquando da revisão da literatura do presente estudo baseou-se no facto de que a maioria dos autores optou por uma metodologia **qualitativa** (tabela IV.2.2.14), tendo-se enveredado assim por este caminho metodológico.

A questão levantada por este estudo pressupõe que haja efeitos afirmados aquando da implementação de uma atração turística no seu sentido lato. Não havendo ainda abertura prevista do Parque Aquático em estudo, a metodologia quantitativa com submissão de inquéritos aos visitantes não é de todo possível. Optou-se então pela metodologia qualitativa para se poder avaliar a posição dos *stakeholders* da NUT III Viseu Dão Lafões neste contexto, dando espaço para uma pesquisa dedutiva através de entrevistas *face-to-face*.

A escolha dos intervenientes da sub-região em estudo está relacionada com o próprio território. Importa conhecer o ponto de vista das autarquias, e outros órgãos que tenham o estatuto de *opinion leader*, assim como dos agentes da oferta representativos da NUT III Viseu Dão Lafões, determinando uma amostra que poderá ser do tamanho do universo em estudo. Assim, as entrevistas serão endereçadas às câmaras municipais das **5 cidades** identificadas no capítulo da caracterização **da NUT III Viseu Dão Lafões (Mangualde, Santa Comba Dão, S. Pedro do Sul, Tondela e Viseu)**, assim como à **Comunidade Intermunicipal Viseu Dão Lafões (CIM)**, a representação local do **Turismo do Centro (TC)**, no que concerne a parte **pública**. As entidades **privadas** em representação dos **subsetores do turismo (ST)** serão: a **Visabeira** que possui um polo turismo constituído por uma agência de viagens e hotéis (Mundicor em Viseu - sócio APAVT; Montebello...) e a **Termalistor** (como representante de um polo de termalismo de grande envergadura).

Designam-se também para as entrevistas a representação dos **Grupos de Ação Local (GAL)**: **ADDLAP** (Associação de Desenvolvimento Dão Lafões e Alto Paiva) que cobre o território dos municípios de Oliveira de Frades, S. Pedro do Sul, Vila Nova de Paiva, Viseu e Vouzela; a **ADD** (Associação de Desenvolvimento do Dão) por sua vez tem como

território de intervenção os concelhos de Aguiar da Beira, Nelas, Mangualde, Penalva do Castelo e Sátão; a **ADICES** (Associação de Desenvolvimento Local) sediada em Santa Comba Dão que abrange os municípios de Carregal do Sal, Santa Comba Dão, Tondela, terminando com a **ADRIMAG** (Associação de Desenvolvimento Rural Integrado das Serras do Montemuro, da Arada e da Gralheira) para os concelhos de Castro Daire e parte de S. Pedro do Sul.

Recordando que o tema deste estudo está relacionado com a futura existência de um parque temático, justifica-se entrevistar igualmente o **gestor do Parque Aquático da Almargem**.

Totalizam-se assim **14 entrevistas** que irão responder aos objetivos citados, mas ajustados e cujas perguntas são apresentadas nas figuras IV.3.3.13 e IV.3.3.14 associadas aos objetivos que as originaram.

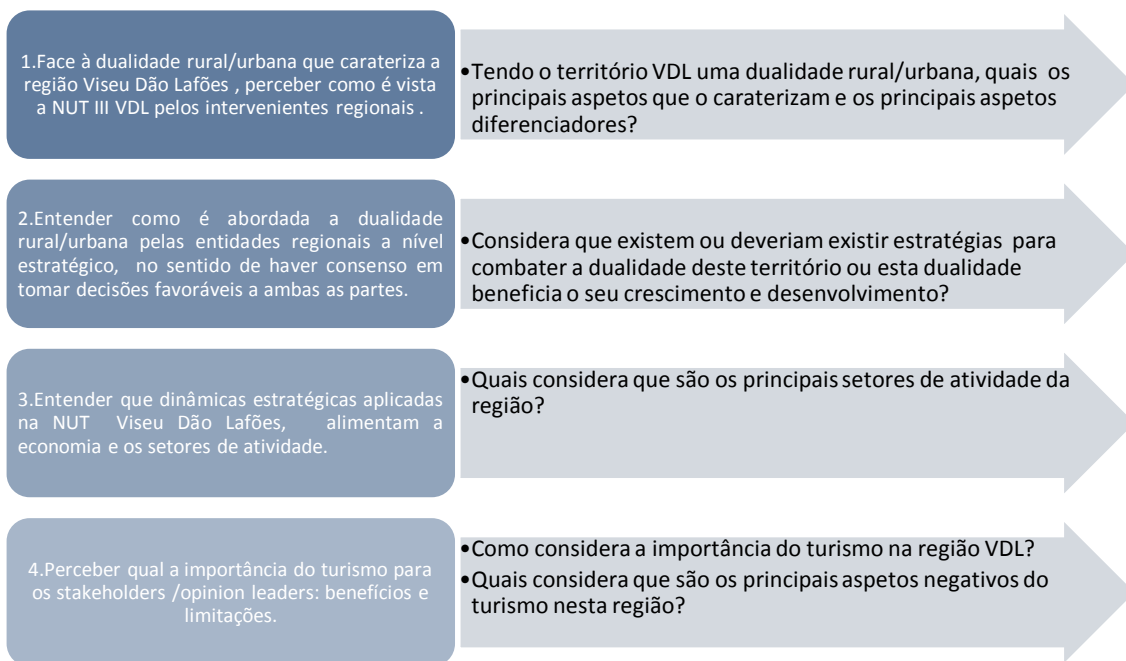


Figura IV.3.3.13 Questões decorrentes dos objetivos definidos do capítulo caracterização da NUT III Viseu Dão Lafões

Fonte: Elaboração própria.

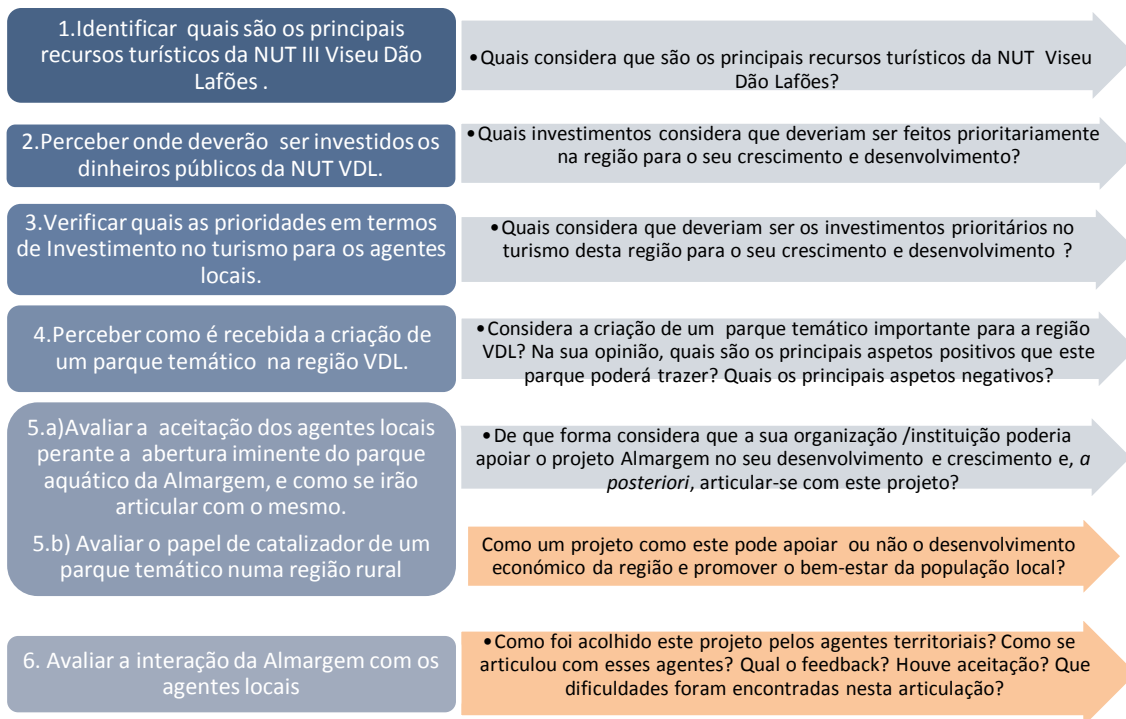


Figura IV.3.3.14 Questões decorrentes dos objetivos definidos do capítulo da revisão da literatura

Fonte: Elaboração própria.

Assim a entrevista terá um tronco comum de 10 perguntas que serão colocadas da mesma forma a todas as entidades, com uma variação na última pergunta e o acréscimo de outra pergunta (sinalizadas com fundo laranja na figura IV.3.3.14) que serão direcionadas à equipa gestora da Almargem.

Dos objetivos de investigação também se retiraram os pressupostos de investigação, numerados de 1 a 10 (P1 a P10) que constam na tabela IV.3.3.15. Estes pressupostos indicam as afirmações que serão verificadas no próximo capítulo e irão permitir responder à pergunta de partida e atingir os objetivos propostos. Ao reunir as respostas à entrevista, será possível prosseguir com a investigação e responder de forma positiva ou negativa aos pressupostos indicados.

Tabela IV.3.3.15 Objetivos associados aos pressupostos de investigação

OBJETIVOS	PRESSUPOSTOS DE INVESTIGAÇÃO (Px)
1.Face à dualidade rural/urbana que caracteriza a região Viseu Dão Lafões, perceber como é vista a NUT III VDL pelos intervenientes regionais.	<p>P1</p> <p>Os agentes do território consideram que existe uma dualidade rural urbana na área em estudo.</p> <p>Os agentes territoriais consideram que a região é maioritariamente rural.</p>
2.Entender como é abordada a dualidade rural/urbana pelas entidades regionais a nível estratégico, no sentido de haver consenso em tomar decisões favoráveis a ambas as partes (rural/urbana).	<p>P2</p> <p>Os agentes territoriais consideram que a dualidade rural urbana deve ser esbatida por estratégias que favoreçam o dinamismo empresarial</p> <p>Os agentes públicos consideram que deve haver estratégias adequadas ao território para preservar a autenticidade do mundo rural e o dinamismo do espaço urbano.</p>
3.Entender que dinâmicas estratégicas aplicadas na NUT Viseu Dão Lafões, alimentam a economia e os setores de atividade.	<p>P3</p> <p>Os agentes locais consideram que existe um setor de actividade com mais expressão.</p> <p>Os agentes territoriais consideram que o setor primário tem mais importância nas áreas rurais e que o setor secundário afirma-se nas áreas urbanas.</p>
4.Perceber qual a importância do turismo para os stakeholders /opinion leaders: benefícios e limitações.	<p>P4</p> <p>Os agentes territoriais consideram o turismo como uma estratégia importante para o desenvolvimento económico da região.</p> <p>Os agentes públicos e privados consideram que o turismo ainda tem espaço para evoluir.</p>
5.Identificar quais são os principais recursos turísticos da NUT III Viseu Dão Lafões.	<p>P5</p> <p>As entidades regionais identificam os recursos turísticos da região VDL.</p> <p>Os agentes territoriais presentes em áreas mais rurais privilegiam os recursos naturais.</p> <p>Os agentes territoriais presentes em áreas mais urbanas privilegiam o património edificado e os eventos.</p>
6.Perceber onde deveriam ser investidos os dinheiros públicos da NUT VDL	<p>P6</p> <p>Os agentes públicos e privados consideram prioritário o investimento em infraestruturas e equipamentos.</p>
7.Verificar quais as prioridades em termos de Investimento no turismo para os agentes locais.	<p>P7</p> <p>Os agentes públicos e privados consideram que é prioritário investir na qualificação de profissionais do turismo e na criação de empreendimentos turísticos.</p> <p>Os agentes públicos e privados consideram prioritário a criação de um produto turístico agregado para a região VDL.</p>
8.Perceber como é recebida a criação de um parque temático na região VDL	<p>P8</p> <p>Os agentes locais são favoráveis à criação de um parque temático em VDL.</p> <p>Os agentes públicos emitem dúvidas quanto aos fundamentos da criação de um parque temático em VDL.</p>
9. Avaliar a aceitação dos agentes locais perante a abertura iminente do parque aquático da Almargem, e como se irão articular com o mesmo. Avaliar o papel de catalisador de um parque temático numa região rural	<p>P9</p> <p>Os agentes públicos aceitam colaborar com o parque aquático da Almargem no sentido de divulgar o projeto.</p> <p>Os agentes privados aceitam colaborar com o parque aquático da Almargem.</p> <p>As entidades regionais concordam em dizer que um parque temático tem um papel catalisador da economia.</p>
10. Avaliar a interação da Almargem com os agentes locais	<p>P10</p> <p>Os agentes locais já interagiram com o parque aquático da Almargem.</p> <p>Os agentes territoriais não demonstram interesse em colaborar.</p>

Fonte: Elaboração própria, 2017.

IV.4 Conclusão

A **metodologia aplicada neste trabalho baseou-se na revisão da literatura** efetuada para o mesmo, onde a metodologia qualitativa seria a mais adequada, metodologia esta que foi sendo elaborada conforme se avançava, articulando-se à volta de três etapas denominadas de atos pelos autores: **rutura, construção e verificação**.

A **rutura** equivale à revisão da literatura e permitiu evidenciar algumas limitações ligadas à falta de referências por este tema não ser ainda muito debatido, mas também revelou que a metodologia qualitativa é a mais recorrente neste tipo de tema.

A **construção do modelo teórico** permitiu elaborar uma metodologia à medida deste projeto e ligar a componente prática à componente teórica, através da definição dos objetivos, que serviram de estrutura à entrevista.

Na **verificação**, obtém-se a resposta à pergunta de partida, que as 14 entrevistas proporcionaram e cuja informação será tratada no capítulo seguinte.

V. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS, ANÁLISE DE CONTEÚDO E DISCUSSÃO

V.1 Introdução

Este capítulo pretende apresentar os resultados obtidos através da recolha de informação condicionada pelas entrevistas, assim como analisar os seus conteúdos no sentido de categorizar a mesma. O *software* WebQda foi utilizado para sistematizar os dados recolhidos e facilitar a sua categorização, permitindo interpretar e entender qual a resposta à hipótese levantada por este estudo: qual a importância de um parque temático para a sua envolvente, sobretudo quando se trata de um meio rural. Para tal, optou-se por analisar cada pergunta de forma transversal, para evidenciar as opiniões que se destacam e validam ou não os pressupostos referidos, estruturando assim este capítulo com uma primeira parte de apresentação dos resultados obtidos através das entrevistas, cuja separação temática em secções corresponde às áreas temáticas destacadas nos objetivos específicos (Capítulo IV). Segue-se a discussão dos resultados onde se expõe as opiniões de todos os agentes territoriais, salientando as opiniões convergentes e divergentes, sempre com as mesmas áreas já referidas e comprovar se os pressupostos enunciados são validados ou não.

V.2 Apresentação dos resultados

De forma geral as entrevistas permitiram responder aos objetivos definidos no capítulo anterior e delinear os temas que mais preocupam os agentes territoriais da região Viseu Dão Lafões.

Refere-se ainda que, por motivos de confidencialidade, os atores locais serão identificados de forma anónima com a seguinte designação:

- Os Grupos de Ação Local serão identificados como **GAL 1, 2, 3 e 4**;
- As Câmaras Municipais serão identificadas como **CM1, 2, 3, 4 e 5**;
- As Entidades Públicas serão identificadas como **EPu1 e 2**;
- As entidades Privadas serão identificadas como **EPr1, 2 e 3**.

A apresentação dos resultados aborda nesta primeira secção a área da dualidade rural urbana existente no território.

V.2.1 A dualidade rural/urbana: diferenças que se complementam.

O **espaço rural** é visto pelas entidades entrevistadas como um espaço de **baixa densidade populacional**, alvo de alguma **desertificação**, onde a **natureza** prevalece, oscilando entre o rural profundo e o extremo urbano que Viseu representa.

Os **GAL** abordam o **espaço rural da região VDL com a identificação física e características morfológicas** que lhe conferem uma grande **diversidade de paisagens** mas também uma **mais-valia** em termos de **reservas de águas nacionais**, por abrigar as principais bacias hidrográficas do país (GAL 2). A intervenção humana ainda é visível, sendo esta uma região de **micropropriedades**, onde os habitantes da zona rural praticam uma agricultura de subsistência, apesar de um certo abandono dos espaços com maior escala, notificada pelos atores regionais (GAL3). De um ponto de vista demográfico, a **baixa densidade** é um facto assumido em VDL como o salientam os GAL 1, 2 e 3, a EPU 1, onde a “**dinâmica de emigração**” (EPU 1) contribui para o fenómeno de “**desertificação** em algumas freguesias” (GAL 1). Este é apontado como sendo o resultado de **taxas de desemprego altas e da pobreza** que lhe é inerente (GAL 3). Observa-se mais esta situação em concelhos considerados de “**rural profundo** [...] nomeadamente Castro Daire, até o próprio concelho de S. Pedro do Sul, que é toda a parte ligada à Serra da Freita” (GAL 3).

Para as CM1, CM3, CM4, EPU2 e EPR3 a referência ao espaço rural é a “**paisagem natural**” ou “**natureza**”, “por ter zonas de florestas, de montanhas, de rios.” (EPU2) , contrastando com as CM2, CM5, EPR1 que orientam mais o discurso para uma **ruralidade** representada pela “**autenticidade**, e pelas **vivências e experiências**” que este espaço pode proporcionar. Apesar da CM3 mencionar a situação de desemprego acentuada, situação já citada pelo GAL3, o lado autêntico da ruralidade mantém o interesse das autarquias, sendo este aproveitado para fins turísticos.

A CM 1 reforça que o território “prende-se muito [...] com a **dinamização** das nossas paisagens”, ou seja a **preservação** “o lado rural, situações genuínas, aspetos diferenciadores” (CM2) e o facto de privilegiar uma experiência de vida ao turista (CM2, CM5), mais aberto ao contato com os autóctones. As EPR1 e EPR2 introduzem um elemento relevante desta região que também é o resultado da **valorização** do espaço rural através da agricultura. Assim, considerando que a região VDL possui “cerca de **40% do termalismo nacional**” (EPR1) e que “o **caso do vinho, as quintas** estando em ambiente rural” (EPR2) e

a emergir como uma aposta crescente na região, começa-se a vislumbrar o perfil da região em termos turísticos.

Outro aspeto do espaço rural foi abordado pela CM3 e pela CM4, com a questão da **imagem** que o espaço rural transmite, considerando que existe “**um desleixo completo**” (CM4) e “uma **paisagem** mais ao **abandono**” (CM3), que não valoriza o potencial deste espaço, nem “preserva a sua autenticidade” (CM5), contrapondo assim o argumento da importância da autenticidade do espaço rural em VDL.

Contudo, a CM3 denota um **regresso à terra pelos jovens** que se traduz pelo aumento de candidaturas aos fundos comunitários (GAL 1) no sentido de criar ou dar continuidade a uma exploração agrícola.

O discurso sobre o espaço rural está sem dúvida ligado ao discurso sobre o espaço urbano, representando estes dois espaços mosaicos constituindo um todo, reconhecido na unanimidade como dois espaços complementares pelas entidades entrevistadas.

Face à **preponderância de Viseu**, todas as entidades concordam: “Viseu, polo atractivo” refere o GAL1, “peso significativo que é o caso de Viseu” (GAL2), “Viseu que se destaca” (GAL3), “Viseu [...] elemento atrator e atractivo” (GAL4), “meio cosmopolita como o é Viseu” (CM1), “polo de atração [...] sobretudo a cidade de Viseu” (CM2), “o caso de Viseu, sede de distrito com outra escala” (CM4), “um aspeto de urbanidade acentuado [...] como Viseu” (CM5), “constelação urbana Viseu” (EPu1), “Viseu é incontornável, sendo a maior (cidade)” (EPu2), “grande centralidade de Viseu” (EPr1), “tem uma cidade que polariza [...] que é o caso de Viseu” (EPr2).

Repara-se a noção de **centralidade e de atratividade de Viseu**, por estar a uma “distância tempo [...] rápida” (GAL1) e assim permitir o usufruto dos serviços propostos na cidade em questão, mas também de um “território acolhedor, no meio da natureza, sem a confusão e sem trânsito” (GAL1). A CM5 reforça que “há muita gente que faz opção de morar num espaço rural e de se deslocar para um espaço urbano onde trabalha”, sintoma da inegável ligação entre os espaços rurbanos.

Os GAL referem a existência de “**outros centros mais pequenos** não com a mesma representatividade” (GAL3), ou seja, trata-se de “núcleos urbanos que têm funções de nível hierárquico inferior a Viseu” (GAL2).

Os **núcleos urbanos secundários** mais citados pelos entrevistados são **Mangualde, Tondela e S. Pedro do Sul**, cada um com **caraterísticas distintas** que os posicionam como “polos de atração e polos diferenciadores” (CM2).

Mangualde tem “três indústrias que atraem imensas pessoas” (CM3) “no setor automóvel [...] na área da confecção” (EPu1) cuja “capacidade de atractividade em termos de empresas e emprego” (EPu1) é notável na região.

Tondela também se distingue pela indústria presente no seu território, constituindo “uma malha urbana que é uma fonte de atração em termos de residência” (CM2), com “grandes empresas que são responsáveis em termos de exportações, que contribuem muito para o total das exportações da região Centro” (EPu1).

S. Pedro do Sul por sua vez, tem o “termalismo e até, alguma agro-indústria ligada à parte dos frangos” (GAL3) que participa na definição da sua parte urbana.

Destaca-se a CM3, que menciona Viseu como uma cidade importante que **polariza demasiado** o espaço da região, retirando algum protagonismo aos outros polos urbanos ditos secundários.

Em suma, o lado urbano da região VDL é caracterizado pela presença de uma malha habitacional mais densa, assim como a presença de empresas que vão atrair através da criação de postos de emprego (GAL1, EPu1), agregando os “equipamentos básicos fundamentais para as populações, nos diversos domínios da saúde, educação, transportes” (GAL2), com uma “parte histórica” (GAL4), onde o “património arquitectónico e cultural” (CM1) “têm importância fundamental” (EPr1), sendo parte integrante dos espaços urbanos.

Pelo contrário, a CM4 argumenta que o espaço urbano não será “uma mais-valia neste território [...] tirando o caso de Viseu”, pois apesar de possuir “algum património cultural”, é primordial neste território “aproveitar toda a natureza” para “ganhar enquanto turismo urbano”.

Salienta-se ainda a predominância da cidade de Viseu como espaço urbano polarizador, que “concentra um conjunto vasto de valências” (GAL2), e possui “um castro antigo” (GAL4), evidenciando que Viseu é “uma cidade muito antiga com muita história [...] tentando valorizar o que tem” (EPu2), prova do seu dinamismo e potencial turístico esmagador, em termos culturais.

V.2.2 Complementaridade entre áreas rurais e urbanas

A questão da complementaridade entre o espaço rural e o espaço urbano da região VDL é consensual e todos admitem a irremediável necessidade de recorrer a ambos consoante a situação.

Efetivamente a EPr3 salienta que “a **dualidade (rural/urbana) beneficia** completamente o espaço [...] porque podemos fazer sinergias com outras entidades”. Consequentemente, a EPr2 refere que “não é necessário combater esta dualidade. Pelo contrário, pode ser complementar”, aspeto em que o conjunto de entrevistados concorda.

Assim a CM1 avança que “esta **dualidade urbana rural** também é **importante**, porque normalmente os visitantes gostam deste bem-estar mas também associando-lhe uma componente de uma capital cosmopolita”, ou seja, a complementaridade aplica-se para os habitantes (como já foi referido) como para os visitantes. Esta complementaridade é expressa pela CM2 como “**sinergias comuns** entre as zonas rurais e zonas mais urbanas” deixando entender que existe um *dégradé* entre o urbano e o rural que favorece “a dinamização de eventos, projectos turísticos comuns”. O **âmbito turístico** é uma aposta que também é assinalada pela CM4, que adianta a importância do **trabalho intermunicipal**, pois “nenhum concelho consegue viver sozinho com o turismo”.

A CM4 prossegue o raciocínio salientando que “**esbater esta diferença não faz sentido** para o próprio equilíbrio. O espaço urbano é um espaço de comércio, de serviços, enquanto o espaço rural é por natureza um espaço mais produtivo, mais ligado à produção agrícola”, ou seja “é impossível desligarmo-nos” de “um espaço ou outro” e “quando se fala em estratégia para esbater [...] estamos a tentar falar da qualidade de vida das pessoas num espaço ou noutro”, e isto “tem a ver com as infraestruturas e o modo de vida que as pessoas querem ter”. Nesse sentido, a EPU2 **recorda a importância de manter a identidade dos respectivos espaços urbanos e rural**, pois “o rural tem valor em si, como valor genuíno, como aprendizagem, como memória” o “urbano tem outra vivência, outro andamento” e afirma assim que estes espaços se complementam.

Num âmbito mais estratégico, a questão da **coesão territorial** é salientada pela EPU1 ao mencionar que “todas as políticas públicas [...] têm sempre a preocupação da coesão territorial”, coesão esta que se prende com aspectos sociais e é a expressão da combinação entre o espaço rural e urbano de forma harmoniosa.

A EPr1 e a EPr2 abordam a questão do **desenvolvimento** que esta combinação de espaços proporciona a nível económico, salientando que “tem de haver uma simbiose muito clara que diz o que é que uma coisa pode potenciar a outra”, ou seja existe uma interdependência entre as duas áreas (EPr1). Assim “o ambiente urbano ajuda a desenvolver o ambiente rural e por outro lado o ambiente rural potencia também a actividade turística” (EPr2).

No seguimento da análise efectuada é possível concluir que a região VDL é caracterizada pelos atores locais seleccionados neste estudo como um espaço diversificado, rico, com áreas rurais e urbanas distintas que se complementam, e que devem continuar a existir e a serem aproveitadas para fins de desenvolvimento económico mas também para o bem-estar das populações autóctones.

Se o desenvolvimento económico é basilar para qualquer região, interessa saber como os atores locais interpretam este aspeto e como vêm os sectores de atividades na região VDL.

V.2.3 Caracterização dos setores de actividade no território

Os setores de atividades são tradicionalmente conhecidos como setores primário, secundário e terciário, sendo esta a divisão adotada neste estudo.

Observa-se que todos os setores são representados em VDL com diferentes graus de importância variando conforme a localização e a sua caracterização de mais urbano ou rural que as entidades locais possam considerar.

Por ser um espaço de cariz rural com núcleos urbanos dispersos, o “setor agrário ainda tem um peso muito forte” (GAL1), havendo espaço para uma “agricultura como ponto fundamental”, considerando que “as pessoas estão a virar-se para a agricultura” (CM3) através dos apoios comunitários. Da mesma forma a EPr1 confirma a importância do “setor primário muito ligado à parte da agricultura”, ao que a EPu2 acrescenta que “o setor primário [...] tem crescido”.

O GAL3 continua reforçando que a “agricultura continua a ter ainda uma grande preponderância”, e o facto de haver um regresso dos jovens à terra só salienta a “necessidade de fazer uma aposta nos produtos de qualidade” (GAL3).

Nesse sentido a EPr1 considera que “o vinho começa cada vez mais a ter uma importância muito grande, com grandes quintas com uma projecção consequente” o que se traduz com a “valorização dos produtos locais” ou a “valorização dos produtos endógenos” (CM1),

como as serras (CM2) ou as florestas (GAL2) ou até as próprias produções agrícolas. A título de exemplo, a EPu1, a EPr2, o GAL4 e a CM5 concordam em dizer que “o vinho também é um elemento identitário e com peso económico” (GAL4), conseguindo “ter uma série de quintas com uma qualidade muito significativa de produção e venda” (CM5).

Outros aspetos foram considerados relevantes no que respeita ao setor primário, e assim a CM5 adianta que quem pensa em Lafões, pensa em produção de carnes como o frango, dando espaço para a indústria de transformação agro-alimentar.

Na valorização económica dos recursos endógenos, também é mencionada pela EPu1, o “projeto piloto que é olhar para a pinha e para o pinhão”, onde tudo à volta da pinha é valorizado. Porém a CM4 refere que o setor primário foi abandonado, ou seja a agricultura e os produtos endógenos, baseando-se na experiência do município que representa.

Frequentemente o setor secundário é associado aos parques industriais que florescem em área urbana como o afirma a CM1: «existem parques industriais de maior ou menor dimensão em todos os municípios que compõem esta região». Como já foi referido a indústria agro-alimentar tem um lugar de relevo na paisagem que salienta a importância do setor secundário, referenciado como um dos mais importantes em alguns municípios.

A GAL2 ao mencionar as produções agrícolas associadas à floresta, sugere que toda a fileira seja considerada, o que também engloba o setor industrial de transformação da matéria-prima. É de salientar novamente a importância dos recursos endógenos também neste âmbito, reforçando assim a interligação entre domínios rurais e urbanos.

A GAL 3 indica que o setor da “indústria é muito importante mas muito ligado a dois ou três grandes grupos (nomeadamente, Visabeira e Martifer), mas também como adianta a GAL4 o setor automóvel em Mangualde e Tondela, com o grupo PSA, ou a transportadora Patinter, com uma nota para o setor farmacêutico também em expansão, não omitindo o setor das confecções. Aqui convergem as opiniões da CM3, da CM5, da EPu2 em dizer que o setor industrial tem algum protagonismo.

Porém, a CM2 admite que há “alguns sectores em franco crescimento, outros que estão a passar por um período mais complicado” como o setor automóvel, outras grandes empresas na zona de Tondela, e também se aponta um decréscimo na Martifer. Esta ponderação junta-se ao reparo da EPr3 que lamenta a falta de emprego por falta de empresas na área industrial, que contribuem em massa para a empregabilidade regional.

A EPr3 pronuncia-se também no que respeita aos serviços ou o setor terciário, dizendo que é “o setor principal presente em VDL” reforçando que a própria cidade de Viseu vive principalmente do setor terciário. Este facto é reconhecido pela EPr2 e pela CM5, entidade que salienta a polarização já referida de Viseu “no que diz respeito à saúde e ao ensino superior”, ou seja os serviços públicos destinados à população. Uma nota é deixada pela CM3 que refere que “o comércio local sofreu com a chegada das grandes superfícies”, sendo esta uma opinião única nesta matéria. Por outro lado o GAL1 acredita no desenvolvimento da área terciária com a instalação de empresas ligadas ao design em espaços rurais, não saturando tanto as áreas urbanas.

Outra vertente importante deste setor de atividade, prende-se com a emergência do turismo que “começa a dar mostras de preponderância” (GAL3). A CM2 apoia esta opinião adiantando que “o setor turístico tem estado em franco crescimento em Portugal, e na região também”, o que é segundo a EPr1 “um ponto de atração de toda esta região”.

V.2.4 Estratégias de desenvolvimento adotadas em VDL e limitações

Assinalada a importância de cada setor de atividade, convém entender com que estratégias se têm desenvolvido na região VDL.

A aplicação de **estratégias tem como objetivo** fazer de um território um **sítio acolhedor** com uma economia a funcionar nos vários patamares que esta possa abranger. É nesse sentido que as entidades entrevistadas vêem a aplicação de estratégias, não para combater as diferenças de um espaço mosaico como a região VDL, mas sim para favorecer, valorizar o que cada espaço tem, capacitando bem-estar para habitantes e visitantes.

Municípios, Grupos de Ação Local, assim como entidades públicas e privadas apontam para o papel decisivo das Associações de Desenvolvimento Local (ou Grupos de Ação Local) e a CIM VDL na aplicação de estratégias que favoreçam o território em estudo.

Assim a EPu1 refere que “a CIM lidera um projeto de rede regional de empreendedorismo, um projeto pioneiro a nível nacional, que tem a ver com a atração e criação de microempresas”, aspeto estruturante da economia local. Esclarece ainda que:

estas redes sentam-se à mesa com a CIM, através de diversos atores, desde o centro de formação de professores, agrupamentos de escolas, centro distrital de segurança social, associações empresariais, associações de desenvolvimento local, IPSS, ARS,

consensualiza-se intervenções intermunicipais, quer haja projetos com fundos comunitários, ou não.

A preocupação é claramente trazer uma **estrutura para a economia** para que esta se possa desenvolver e trazer o bem-estar aos seus habitantes. Para tal o GAL2 explica que a **posição estratégica da região VDL**, considerando que o “principal setor exportador de Portugal situa-se a Norte do País, é toda aquela zona que parte de Braga, Porto até Aveiro. Toda essa faixa mais litoral onde se situa grande poder exportador do país” seria aproveitada se “houvesse esta ligação entre o porto de Aveiro e a fronteira. Facilitava as exportações porque facilitava o trânsito destas empresas que se situam neste território do Noroeste de Portugal para a Europa”. E traria benefícios económicos à região VDL que tem uma localização central neste eixo. O GAL 2 reforça que “precisávamos do porto de Aveiro como um bom porto de escoamento”, completando assim a fileira desde a matéria-prima fornecida pelo espaço mais rural até ao escoamento nos mercados existentes e potenciais.

Outra **proposta estruturante** foi feita pelo GAL2 que indica que se fala “muito na 4ª revolução industrial, e a revolução industrial não é mais do que trazer conhecimento para as empresas. É preciso que tenhamos aqui estes **centros de conhecimento**”, introduzindo a perspetiva europeia, sendo este um dos eixos privilegiados pela agenda do projeto Portugal 2020, onde o ensino superior colabora com as empresas, contribuindo para o desenvolvimento económico.

Os GAL são **facilitadores na aplicação destas estratégias** decorrentes da agenda europeia, e esse facto foi assinalado pela EPU2: “as estratégias existiram a nível nacional, aliás existem umas iniciativas para atrair jovens, e para se fixarem”.

Deste modo o GAL2 afirma que “deve haver estratégia sim para fazer com que as pessoas que residem cá vivam melhor. E para isso temos de ter estratégias para colocar cá economia, as atividades económicas, empresas, e que as empresas venham para cá”. E reforça salientando que é “fazendo enfase naquilo que são as mais-valias que existem em cada um dos municípios” que se poderão construir estratégias adequadas. Assim o GAL1 também adverte que é necessário basear-se nos recursos de que a região dispõe. Nesse sentido, a CM5 recorda que:

atrair serviços ou indústrias ou o que quer que seja, que crie postos de trabalho e fixe população com qualidade de vida, é sempre relevante. E portanto não é preciso ser

indústria, é o que for, aquilo que o território estiver pronto para receber e o que fizer sentido.

Então coloca-se a questão de saber o que faz sentido ser desenvolvido estrategicamente. Nesse âmbito, o GAL1 salienta que “as estratégias têm vindo a ser feitas pelas associações de desenvolvimento e pelas CIM” e que estas “batem sempre na questão da baixa densidade, territórios que de facto tem que manter o seu grau de ruralidade, e **criar melhores condições para as pessoas** que lá vivem e para elas se sentirem bem”. Mas também se trata de “**vender a região como um território único**” (CM1), tarefa que incumbe à CIM VDL como o menciona a CM2: “a CIM [...] tem esse papel que é de tentar colocar atratividade de uma forma transversal”. A CM3 reforça dizendo que “a CIM está a trabalhar neste sentido, há **produtos turísticos**, como a ecopista, que consideram ser atrativo, pela procura pela natureza “, ou seja fala-se de valorizar a natureza através do turismo e igualmente para a qualidade de vida dos habitantes.

O GAL3 posiciona-se como pioneiro neste domínio e explica que estabeleceram “como **estratégia de desenvolvimento para este território o turismo de natureza**”. Reforça que nenhuma estratégia de desenvolvimento tem resultados rápidos e que esta aposta já foi lançada há cerca de 20 anos (GAL3).

Este tipo de estratégia também se deve apoiar em **estratégias de comunicação** e divulgação como sugere a EPu2: “há uma estratégia, que tem sido posta em prática, está se agora a valorizar a parte da comunicação em termos digitais a melhorar os conteúdos e em outras línguas”. Importa saber comunicar e fazê-lo de forma apelativa acrescenta.

Também nesta área, o GAL4 reforça a ideia dizendo que com “um plano de comunicação mais assertivo e mais incisivo e dando destaque a uma ou outra área que o diferencie, [...] e onde a questão do termalismo é seguramente uma área diferenciadora”. A CM4 concorda com este aspeto e indica que se “começa a olhar para o **termalismo** de outra maneira. Realmente, perceber que o termalismo não é só para as pessoas que têm problemas de saúde, pode também ser utilizado pelas pessoas que ainda não têm problemas mas que possa ser uma prevenção”, indicando assim que a vertente bem-estar do termalismo tem cada vez mais protagonismo na região VDL.

Contudo o GAL2 faz o reparo de que na região VDL “parece que tudo isto não faz parte da mesma região, parece que são coisas distintas”, assinalando assim **uma limitação** na

aplicação de estratégias corretas para a região em foco. Acrescenta que a região deveria ser capaz “de aproveitar tudo isto para fazer uma grande acção de **notoriedade**”, deixando aqui uma opinião que vai ao encontro dos pareceres do GAL4 e da EPu2, já referidos.

Outra **limitação reside na dificuldade que os empresários têm em trabalhar em rede** e o GAL1 evidencia este facto dizendo que “é algo que também vai ter de mudar, obrigatoriamente, até por necessidade, as pessoas têm mais a ganhar unidas do que separadas”. A CM5 concorda acrescentando que o povo português tem por hábito pensar: “O meu é melhor do que o teu e portanto não me vou juntar a ti que eu sozinho safo me melhor”, e remata dizendo que é mentira, pois o trabalho em rede faz sentido neste contexto onde o espaço rural é predominante.

O mesmo acontece ao nível da **administração pública**, pois segundo a EPu2, “deveria haver uma maior **coordenação** entre agentes responsáveis por promover o território. Deveria haver mais ligação direta entre as entidades municipais, sub-regionais e regionais”, e esta falta de coordenação prejudica as estratégias implementadas, acrescenta.

O GAL3 **ameniza este aspeto** ao referir que foi delineada a “estratégia de desenvolvimento e mesmo estando num território que é uma **amálgama administrativa**”, o que importa é capacitar a população no sentido desta conseguir viver, é essa a motivação da GAL3:

tentamos motivar sempre as pessoas para a componente turismo, e se há a possibilidade de dar um módulo na formação sobre comportamento de turismo ou sobre línguas estrangeiras, então vamos apostar nas pessoas mas sempre com o foco na componente turismo para saber receber para saber dar uma indicação, para saber falar.

Contudo, o potencial atrativo da região é discutido pela EPr3 e pela EPu2 que indicam claramente que “muitas das pessoas que aqui vêm, o destino não era este” (EPu2) e que “nenhum turista fica aqui uma semana, porque esgota-se. Não tem o que fazer durante uma semana”, ou seja há potencial mas há necessidade de desenvolver um produto agregado, dando especial ênfase ao turismo.

V.2.5 O turismo como aposta estratégica

A importância do turismo é salientada com uma série de adjectivos que descrevem como o turismo é visto pelas entidades entrevistadas. A CM3 e a CM5 qualificam o **turismo de fundamental** para a economia; a EPR3 acrescenta nesse sentido que o setor do turismo é

essencial, pois tem de se apostar neste setor, afirma. Segundo a GAL4 “o turismo é o **futuro** da região”, o que a GAL2 avalia como sendo uma “**estratégia possível**” pois ainda “há um espaço de crescimento enorme, portanto tudo o que é crescimento do turismo é crescimento económico” (EPR1). A EPR1 salienta também que “o turismo é sem dúvida o **ponto de atração de toda a região**”, e até “noutros concelhos de menor dimensão e mais rurais acaba por ser preponderante e acaba por ser a **grande alavanca da economia**” (CM2). Todos concordam em dizer que é um grande desafio e que o setor do turismo é incontornável em VDL.

Observa-se que o **trabalho da CIM VDL** é indicado como a entidade capaz de **impulsionar estratégias de desenvolvimento** na área do turismo, facto que o conjunto de câmaras e entidades públicas reconhecem. A proposta que todos fazem, de forma geral, tem a ver com a **construção de um produto agregado** que todas as entidades unanimemente dizem ser uma estratégia adequada à região, pelo seu potencial e diversidade de recursos.

Os **Grupos de Ação Local** também têm um **papel decisivo nesta área**, dado que a GAL3 definiu uma estratégia baseada no turismo por ter a noção de que o próprio território o permitia. A GAL 1 menciona, nesse contexto, que há muitos **jovens licenciados** a querer regressar e que pedem apoios comunitários para poder trabalhar na área do turismo, testemunhando e apoiando esta entidade o **regresso à terra**.

Tudo aponta para o turismo como estratégia de desenvolvimento em VDL. Como já foi abordado, a ideia de vários produtos endógenos, como o vinho, o queijo entre outros poderão potenciar o desenvolvimento do turismo no seu todo, salientando a importância dos recursos turísticos que a região possui.

V.2.5.1 Os recursos turísticos constituintes da identidade de VDL

As entidades presentes em VDL têm a **noção plena do potencial da região em termos de recursos turísticos**, e concordam todas em dizer que os **recursos naturais, o património cultural e as termas** são os mais significativos.

A CM1 menciona a riqueza do seu “**património ambiental**” com “paisagens magníficas”, “praias fluviais que começam agora a aparecer” para além do património arquitectónico fabuloso”. A posição do GAL3 e da CM4 de fortes defensores do turismo de natureza, enquadra-se na relevância dada a um espaço natural com serras e rios, características da

região, que a CM2 e a CM4 vêm como espaços propícios à dinamização através de vivências e experiências únicas” (CM2) que permitam ao turista descobrir a vida das aldeias remotas, e também uma “ experiência de visita muito genuína, muito autêntica” (CM5).

Mais presente no espaço urbano, o GAL1 refere um **património cultural religioso** riquíssimo, designado também por património histórico (GAL4), ou por património arquitetónico (CM1, CM3), ou ainda monumentos (EPu1) e até centros históricos (EPR1). Apesar de considerado um recurso importante pelos atores locais, o GAL2 não deixa de emitir a opinião de que o “património construído, não é nada por aí além, mas existe”, ou seja há necessidade de se ponderar esta parte por motivos que serão abordados no próximo subcapítulo.

A ideia da **autenticidade** é cada vez mais considerada e abrange os próprios produtos ditos endógenos, que todos os grupos de entrevistados abordam como um aspeto a ter em conta no turismo. A ligação ao rural é aqui ainda mais evidenciada com a necessidade do turismo ter uma vertente gastronómica e de enologia considerada relevante na região VDL.

Segundo a maioria das entidades em estudo, as **termas e o vinho do Dão** são os produtos com maior potencial. **O produto termal**, por estar presente no território com uma grande representatividade a nível nacional (EPr1) e por haver uma vertente que está em franco desenvolvimento que é “toda a área de saúde e bem-estar [...] área extremamente importante e [...] com bastante potencial” (EPr1). A CM4 acrescenta que o termalismo já não é só para pessoas com problemas de saúde, mas que já pode ser visto como forma de prevenção.

O vinho do Dão integra o movimento de enoturismo, movimento do turismo que a GAL2 considera interessante. Movimento ainda considerado pela cidade de Viseu, que se quer **Capital Vinhateira** (EPR2). A EPr3 remata com o argumento de que “o vinho hoje tem uma importância capital na atração das pessoas, para experimentarem, para conhecerem as diversas propostas que existem a nível de enoturismo aqui na região”, recordando que o vinho do Dão possui a distinção **Denominação de Origem Protegida** (DOP) que lhe confere maior credibilidade. Por sua vez, a EPu1 observou “um crescimento da vinha e do vinho devido ao regresso dos jovens que têm os pais já na agricultura/viticultura, daí termos um grande rejuvenescimento da vinha e do seu setor”, dando novamente ênfase à ligação turismo-rural. A EPR1 acrescenta que “começa cada vez mais a ter o vinho uma

importância muito grande com **grandes quintas** com uma projecção”, o que torna o produto **enoturismo mais atrativo**, com a possibilidade de visitar quintas e participar nas tarefas de vindima, assim com toda a preparação do vinho, em forma de experiências que os turistas podem viver.

Outros produtos poderão contribuir para a “valorização económica [...] como no caso do queijo da serra” da Estrela DOP (EPu1), da maçã de Bravo Esmolfe também certificada DOP (GAL1), e outros produtos não com o mesmo reconhecimento mas com o contributo afirmado para a gastronomia local.

Acompanhado o raciocínio da EPu1, coloca-se a pergunta **como se pode valorizar estes produtos**, considerando que a valorização através da gastronomia é a forma mais eficaz no caso de produtos alimentares e de certa forma para o turismo, mas para se poder valorizar um conjunto de recursos, a opção proposta será um produto turístico agregado, com uma possível **dinamização em eventos como feiras** (CM3, CM5).

Assim a EPR2 salienta a necessidade “de funcionar cada vez mais de **forma agrupada** para que a cidade possa beneficiar”, mas toda a região também. Segundo a CM1, o objectivo é “criarmos um território que tenha potencialidades ao nível do **desenvolvimento turístico**”. Importa que as entidades regionais trabalhem “em conjunto para um **turismo integrado**, é isso que está a ser feito” (CM3), pois é necessário criar “produtos turísticos integrados para podermos usar o turismo como fator de crescimento” (GAL2). A EPR3 reforça que “Temos de ocupar as pessoas, tirá-las dos hotéis, porque tem de se **criar programas**” ou “**pacotes promocionais** [...] para as pessoas usufruírem [...] de todos os recursos que existem na região” (CM2). Nesse sentido a EPu1 reforça que “há um conjunto de recursos territoriais que valem muito por si, mas valem muito mais se o território/a região tiver a capacidade de fazer a **combinação cruzada entre os vários recursos**”. Exemplifica ao mencionar que a “CIM, o Turismo do Centro e a AHRESP decidiram juntar os operadores da restauração e do alojamento para começar a criar **pacotes**”.

É evidente que os intervenientes locais entenderam que os recursos presentes na região serão potenciados com um **trabalho em rede** (CM5, EPr1), ou a **criação de roteiro** (CM4), tendo o cuidado de este trabalho ser feito em **sintonia** para funcionar (GAL1), e assume-se que está iniciada esta etapa, pois “estruturar os produtos que existem isoladamente, e fazer deles rotas turísticas, fazer deles propostas de fim-de-semana, *city breaks*” (CM5), é inevitável para fazer de Viseu Dão Lafões um destino integrado, onde

“as pessoas têm pouco tempo, têm poucos dias para vir ver o território [...]. As pessoas querem mais qualquer coisa” (EPr1). Um exemplo é dado pela CM1 e pela CM5 que ambas propõem um **roteiro cultural baseado nas figuras históricas** da região que vão desde alguns reis como D. Duarte, ou o Infante D. Henrique, até figuras como Salazar, que poderão agregar outro tipo de públicos.

A construção de um produto turístico integrado pode ser uma tarefa dificultada, pois tem de se considerar vários intervenientes, várias opiniões para convergir para um resultado que seja do agrado de todos. “Agora é preciso saber explorá-los de uma forma sustentada e sustentável, para potenciar aquilo que nos temos”, adverte o GAL3, pois o saber-fazer é um dos aspetos constituintes de algumas limitações que irão ser abordadas na próxima secção, no que respeita a área do turismo.

V.2.5.2 Principais limitações ao desenvolvimento do turismo no território

As limitações apresentadas pelos agentes locais foram apontadas por uma primeira abordagem que transmite uma confiança no turismo como ferramenta do desenvolvimento económico da região. Assim, o GAL4, a EPu1, a CM1, a EPr1 e 2 não vêem aspetos negativos na prática do turismo. Porém, existem limitações, pontos fracos que merecem ser salientados na perspectiva de serem melhorados.

Foram referenciados aspetos que participam na estruturação da economia turística que o GAL2 refere de “**falta de capacitação** a diversos níveis, quer nos operadores económicos e nos restaurantes”, pois o turista procura sobretudo “um atendimento de qualidade nas unidades ou nos restaurantes” (GAL4), onde a GAL2 reforça que os profissionais do turismo não estão preparados para receber.

A EPr2 concorda e salienta: “Precisamos de ter uma **oferta bastante qualificada**. Acho que não é tanto na aposta de grandes infraestruturas mas numa aposta de um turismo muito qualificado porque é o que faz a diferença hoje em dia”. O GAL4 acrescenta que também falhamos na “questão da embalagem dos produtos e da sua apresentação, a questão do saber vender, e de mostrar o que se tem da melhor maneira, que não sabemos ainda fazer”, o que evidencia a necessidade de **saber-fazer, saber-ser** no que respeita o contacto com o client/visitante/turista. O GAL1 reforça que é necessário intervir nesse aspeto e acrescenta que a AHRESP, a CIM VDL e os GAL estão a trabalhar para atingir este objetivo.

Para além da falta de qualificação, o GAL1 deixa a nota de que “um dos grandes défices neste território é a falta de **empresas de animação**”, pois é necessário alguém que faça a ponte, “que está no terreno, que está nos meios, nas aldeias, não é para fazer de guia para ensinar a quem vai trabalhar aquilo” (EPu2).

Outro aspeto estruturante levantado prende-se com “a **falta de visão** por parte das estruturas nacionais de verem que há um território com potencialidades, com vontade, com querer, com estratégia, e então entrarem com o **capital necessário** para se fazerem as coisas.” (GAL3). A falta de fundos nacionais é apontada como uma limitação como o acesso aos **fundos comunitários** que a CM1 designa como “alguma falta de abertura para candidaturas ao quadro comunitário”.

Efetivamente a falta de verbas, poderá dificultar a **construção da vontade das pessoas** se deslocarem para VDL (GAL3). A mesma entidade ainda refere que “isto demora anos. Mas acho que estamos agora lentamente a conseguir”. E como o GAL 4 o refere, “um bom **plano de comunicação** que faz toda a diferença” para conseguir captar clientes/turistas. Segundo o GAL2, essa situação também se explica porque “a região **não tem grande notoriedade**, não é apenas em termos turísticos, mas sim em termos gerais, [...] porque não temos grandes produtos que toda a gente conheça”.

Constata-se que “**falta alguma visibilidade** [...] e ainda algum desconhecimento [...] a região carece ainda de alguma identidade, as pessoas não dizem: vamos ao Centro” (CM2). O que a CM5 não entende como um problema de divulgação mas sim como um problema de “mercado que não está estruturado”. Este apontamento remete para a falta de um produto integrado, do ponto de vista desta entidade, e também para a falta de profissionais que construam este tipo de produto.

Para além das limitações estruturais assinaladas, também convém abordar aspetos mais específicos que também merecem atenção. A nível dos recursos naturais a EPU2 alerta para a falta de “**cuidado com a manutenção**” (placas danificadas, vegetação que invade a passagem) pois as pessoas reclamam que tentam fazer um ou outro percurso e perdem-se”. É importante ter estruturas que acolham da forma correta o turista, e a EPU2 acrescenta que nesse sentido também “se pode **melhorar a sinalização** em geral porque em termos de estradas é uma coisa que não está bem feita. As pessoas perdem-se em Viseu”.

No que respeita aos recursos patrimoniais, refere a EPu2 ainda que “**alguns recursos encerrados** por questões de segurança, nomeadamente espaço arqueológicos e religioso, era bom tentar **fazer réplicas na medida do possível**, ou tentar medidas de segurança que permitam que as coisas possam ser assinaladas com coordenadas e georreferenciadas”, ou seja permitir o acesso e comunicar essa situação aos visitantes que muitas vezes se deparam com o espaço que querem visitar fechado por não haver actualização dessa informação.

Do ponto de vista da oferta turística o GAL1 sugere que apesar de haver “bons restaurantes e interessantes no território” nota-se a necessidade de encontrar pratos típicos e os vinhos locais manifestada pelos turistas. “No fundo querem aqueles pratos que são típicos do território mas que não estão disponíveis”. Essa lacuna é acompanhada por aspetos pontuais na hotelaria que precisa de ter o cuidado de ser renovada, atualizada para ser atractiva (CM3) ou mesmo de ser aumentado por haver falta de unidades de alojamentos em alguns concelhos (CM4).

As acessibilidades também são alvo de alguma preocupação, pois a EPr2 e a CM2 alertam para um cuidado a ter nesse assunto, pois “as maiores dificuldades que poderá ter o turismo para se conseguir desenvolver será ligado à falta de um **aeroporto**. É um constrangimento também, não termos um **comboio**. Tudo o que permite as pessoas terem mobilidade facilita a atividade turística” (EPr2), e a CM2 de reforçar com a “falta na região Centro de um aeroporto e outras acessibilidades”.

Conforme foi possível verificar existem pontos cruciais no que respeita ao desenvolvimento económico do território, e neste caso em particular, ao desenvolvimento do turismo, nomeadamente da acessibilidade, que será abordada na secção seguinte como elemento importante para ser remodelado.

V.2.6 Os investimentos públicos estruturantes vs. investimentos privados megalómanos

As entidades entrevistadas concordam em dizer que os investimentos, sejam eles públicos ou privados, são necessários para um desenvolvimento económico relevante, sobretudo numa área rural como em VDL.

Os investimentos estruturantes são uma opção quase unânime, considerando que para a maioria os acessos são um ponto a ser melhorado e foco de investimentos públicos. Assim, “a ligação entre Viseu e Coimbra precisa de ser resolvida” (EPr2), facto com que a CM1, a EPr1 concordam, pois este acesso segundo a CM4 é uma “**grande lacuna**” por estar em estado degradado e não permitir uma circulação fluida e rápida. A CM3 refere ainda que a “questão da **ligação ao IP3 até Coimbra** [...] continua a precisar ser reabilitada, e isto já há algum tempo. É urgente repensar esta via, sendo uma ponte de ligação do nosso território até Coimbra.”

A EPu1 recorda que se trata de um **investimento estruturante** para a região, ao mesmo tempo que a **linha ferroviária**, julgada como “situação importante” pela EPr2, ou caracterizada de “futura linha férrea de acesso à Europa pela EPr1, ou linha ferroviária da Beira Alta (EPu1), que a CM3 classifica como uma **mais-valia a nível de acessibilidade**”. A EPr1 salienta que se trata de criar maior centralidade, e conseqüentemente atrair investimentos (EPr2, EPr1), o que permitirá promover a economia local, já que existiriam mais acessos.

O GAL2 reforça esta questão, abordando o tema com outro tipo de eixo de comunicação como forma de atrair investimentos, e realça “que era importante que houvesse **algum investimento que tornasse mais fácil a ligação entre o porto de Aveiro e a fronteira**. Particularmente, estamos a falar do caminho-de-ferro. Isso não está bem resolvido no nosso país e na região Centro”.

Estes investimentos fazem sentido dada a existência da atividade no espaço da região VDL, e nesse sentido a CM5 refere que “a **diversidade de investimentos faz sentido na diversidade do território**”, tendo um estabelecimento de ensino superior, convém investir nas ciências, igualmente com outras áreas como a saúde, ou a produção de matéria-prima ou a transformação da mesma, “faz sentido que se invista de forma a escoar a produção daquela unidade e se temos procura turística, faz sentido que se criem hotéis, restaurantes, que se qualifique o que existe de forma a recebermos os turistas cada vez melhor e tornarmo-nos um destino”. Assim, fazendo eco à dinamização e valorização dos recursos da região em estudo, já referida, é importante investir em áreas que sejam pontos fortes para potenciar a economia local.

A EPu1 avalia que “em termos de **investimentos privados, cada um faz o seu caminho, novos empresários e investimentos têm aparecido na área do alojamento e**

restauração. Naqueles territórios de mais baixa densidade vão aparecendo investimentos de alojamento local, reconversão de antigos espaços para alojamento”. Desta forma, vão surgindo investimentos que se prendem com alguma necessidade, mencionada pela CM3 ao desvendar que a hotelaria não é suficiente no seu território em particular, facto que a CM4 também lamenta “a falta de oferta de alojamento” e de restauração. Aspeto que o GAL3 refere, salientando que “temos um alojamento excessivamente concentrado em 2 polos: Viseu e Termas de S. Pedro do Sul. Termas que têm muitos alojamentos mas estão excessivamente concentrados”.

À falta de alojamentos, a CM4 adverte para a situação na **qualificação dos profissionais do turismo**, que considera preocupante: “Isto é dos principais investimentos. Porque a qualificação estamos muito longe... Temos muitas escolas profissionais, todas com curso de turismo mas depois na prática [...] deparo-me com vários jovens quando é na área do estágio, e fico muito preocupado com a formação que estes jovens têm”.

Na continuidade desta questão, a CM2 sugere que haja “algum investimento na melhoria da **qualidade da oferta**, sobretudo para atingir **outro tipo de público**, e outros patamares em termos de capacidade económica, atingir outros níveis de atratividade turística”, opinião que a EPr2 e a EPr1 partilham, o que indica que ter uma “**oferta bastante qualificada**”, é imprescindível na área do turismo.

Por sua vez, o setor da **indústria** seria merecedor de alguma atenção tendo em conta que “era preciso organizar toda a fileira agrícola, pois não está organizada” (GAL3). Salienta-se que a área dos pequenos frutos teve alguma expressão no passado recente, mas segundo o GAL3, “não está organizada”. Remata que “se esta fileira se organizasse, e passasse para o patamar **agro-indústria** valia a pena apostar”, promovendo assim o desenvolvimento regional. Esta ideia é ilustrada pela EPr3 com a anotação de que “**faz falta emprego** para as pessoas se manterem aqui, fazem falta **fábricas**, faz falta atrair grandes empresas para a região”, ou seja, há necessidade de investir para favorecer “o **emprego e a atractividade empresarial** [...], pois tudo o que seja atratividade industrial e que isso resulte em postos de trabalho resulta em fixação de pessoas e em criação de riqueza” (GAL4), o que num espaço de baixa densidade populacional, é crucial.

O GAL2 acompanha esta opinião, acrescentando que:

esta região precisava que tivesse aqui **estruturas de produção de conhecimento**, de **transferência de conhecimento**, que fossem relevantes para o desenvolvimento das actividades económicas da região VDL, para **atrair actividades económicas vindas de outros lados** e que procuram não apenas um terreno para implantar a fábrica, não procuram trabalhadores manuais mas procuram trabalhadores com níveis de conhecimento já avançado.

O GAL2 liga a esta ideia o benefício de “uma preocupação significativa com os centros superiores, e com **centros I & D**” (Investigação & Desenvolvimento). Opinião que a EPu2 partilha ao referir que “em termos **de investigação e desenvolvimento**, em termos de ensino, em termos de tempo livre das pessoas mais velhas, devia ser pensado em termos regionais uma aposta concertada e forte para que a economia ande”, ou seja a atratividade empresarial passa pela presença de polos de conhecimento, disponíveis para colaborar com os investidores.

A par dos investimentos estruturantes como as infraestruturas da região VDL ou o aumento da sua atractividade em termos empresariais, também se insiste na importância do turismo. O GAL2 recorda que seria essencial “haver uma despesa para uma **política pública favorável ao turismo**”. Esta pode ser directa ou indirecta pois as necessidades existem no terreno, e o GAL 1 realça que “tem de se continuar a apostar na **recuperação patrimonial**. É fundamental. A **recuperação patrimonial e natural** pois temos uma mancha florestal significativa”, pois houve uma perda incalculável com os incêndios. [...]. A **requalificação dos espaços naturais ardidos** e os não ardidos, principalmente as linhas de água, os percursos pois esta zona é muito rica em pequenos e grandes curso de água”, potenciando assim a atractividade turística. A CM1 também salienta este aspeto, abordando a questão pela “**disponibilização de verbas no sentido de serem requalificados alguns monumentos importantes**”.

Como exemplo desse tipo de investimento o GAL3 refere que a “**ecopista do Vouga que substitui a antiga linha do Vouga**, tendo desaparecido a linha do Vouga, tem paisagens excelentes, e podia ser potenciado”. Acrescenta que algumas autarquias arriscaram por elas próprias investir neste equipamento mas que falta haver ligação entre os troços de cada município (S. Pedro do Sul, Sever do Vouga, Oliveira de Frades).

Outro aspeto que abrange a área do turismo, prende-se com a criação de um **parque temático** na região em foco, pois segundo a EPr1 “**todo o parque temático que venha**

trazer diferenciação face à oferta que existe, [...] certamente que é interessante e é potenciador de novos destinos turísticos”, e a EPu1 de acrescentar que “isso aumentaria a capacidade de atração da região”, no sentido da já referida atratividade empresarial.

Assim sendo, considera-se que as **necessidades de investimento existem** na região VDL, para esta aumentar a sua **capacidade de atração**, em termos de fixação de pessoas mas também em termos de estadia mais prolongada dos turistas. Um parque temático poderá ser uma das opções que será tratada na próxima secção.

V.2.7 Apoio aos projetos de cariz turístico: o caso do Parque Aquático da Almargem

Nesta secção pretende-se evidenciar a importância da criação de projetos estruturantes do turismo como sendo uma oportunidade fundamental para a região VDL.

Assim, a EPr3 aborda a questão falando do **parque aquático da Almargem** como um espaço com várias vertentes capaz de responder aos vários mercados ao mesmo tempo. Esse facto é corroborado por várias entidades que assumem que “um parque temático que permita **atrair ao território** um volume significativo de pessoas é sempre importante” (GAL1). Da mesma forma, a CM1 reforça que “não temos nenhum parque temático no nosso território e acho que é mais um motivo para fixar pessoas nesta região. Penso que **só há aspectos positivos na implementação de um parque temático nesta região**”. A CM2, assim como a EPu2 acrescentam que é uma questão importante e positiva a implementação de um parque temático na região, representando este um polo de atração significativo, opinião partilhada pela EPR2 e pela EPR1 referindo que “**qualquer atração que tenha impacto do ponto de vista regional**, nacional ou mesmo internacional é **positivo** para a notoriedade da região”, assumindo-se assim uma posição de âncora para este parque aquático.

Contudo emergem **algumas limitações** apontadas pelas entidades entrevistadas, havendo dúvidas sobre as condições de sucesso deste empreendimento, inerentes ao facto de ainda não estar em funcionamento.

Apesar da EPu2 ver originalidade no projeto e da EPu1 mencionar que o projeto é inovador e diferenciador, a CM5 salienta que não é mais do que “**um espaço de lazer, é o mesmo que saltar numa piscina grande**. Então pode ser uma experiência mas é uma experiência de lazer, de lazer desportivo” o que segundo a CM5 não vai ao encontro do **autêntico representativo** da região VDL, pois a criação de um parque temático é algo

representado e não real, enquanto neste espaço espera-se encontrar algo relacionado com o rural, como característica dominante.

Da mesma forma, a EPr1 alerta para a sensatez do projeto: “**É lógico que um parque temático tem que se enquadrar no que é a oferta característica da região para poder fazer sentido**”, senão corre-se o risco de “**descaracterizar aquilo que é típico**, numa região enquanto característica desta própria região” (EPr1).

Reforçando este aspeto, a EPr1 sublinha que “**um parque aquático na região é um investimento [...] arriscado**” com uma “utilização sempre muito mais condicionada”, pois “é difícil atrair públicos num destino só por si com um parque aquático”, tendo em conta que em certos casos como os aquistas, existem indicações terapêuticas que proíbem o uso de outra água durante os tratamentos, por ser “contraproducente” (EPr1).

Alguns atores territoriais assumem que se trata de um **projeto “megalómano”** (EPu2, GAL3), ou põem em causa a **sustentabilidade do projeto** (EPu2, CM2, CM4, GAL3, GAL2), em termos ambientais como financeiros.

Assim a CM4 assume que o parque aquático da Almargem não será a primeira proposta feita aos turistas, pois “um parque aquático tem uma escala, tem confusão, tem barulho, e as pessoas saem desses meios (urbanos) para vir para a natureza, para descansar. Se eu lhes vou oferecer o mesmo, **estou a entrar num contrasenso**”, realçando-se aqui a importância do sossego associada ao turismo de natureza, representativo da região, nas palavras da CM4. O GAL3 defende esta ideia e sublinha que “se vamos oferecer uma coisa completamente diferente **estamos a desvirtuar** aquilo pelo qual temos lutado ao longo dos anos”, pondo em risco a autenticidade referida pela CM5.

O GAL2 reforça que há “**muitas dúvidas que este tipo de parque temático possa funcionar**, primeiro porque não há mercado aqui”. Contudo “um **parque temático** que estivesse relacionado com aquilo que são **caraterísticas fundamentais** do território, isso via com bons olhos” (GAL2).

Para além de se pôr em causa a sustentabilidade e os fundamentos do projeto, o GAL1 aponta para um aspeto essencial que é a “**capacidade do território em absorver essa gente** e de lhes dizer venham mais que uma noite porque o território tem mais para ver”. Aqui emerge o risco de passarmos para um turismo de massas, para o qual o território não

está preparado, “porque não temos alojamento, não temos pessoas preparadas para o efeito” (GAL3).

Por outro lado, a existência da *Live Beach* ®, piscina com areal artificial, posiciona-se como um concorrente o que faz com que o município que a representa não veja o parque aquático da Almargem como algo definitivamente positivo, dando mais ênfase aos recursos arquitectónicos como o património religioso (CM3).

Porém, todas as entidades regionais, não estão fechadas a uma eventual colaboração mas sempre com ponderação o GAL2 propõe:

colaborações no sentido de valorizar as produções locais, iniciativas que nos permitam colaborar com instituições como essa. [...] Usando a nossa rede de contactos, usando as nossas parcerias que temos no território, os nossos meios de comunicação, divulgando isso pela nossa rede à escala nacional já que pertencemos a uma rede de âmbito nacional, onde temos diferentes GAL.

O GAL2 confirma esse apoio com a proposta de “**dar formação**, dado que somos uma entidade que dá formação, e podemos eventualmente ajudar na formação de ativos que trabalhem nesse parque”, ao que a EPu1 acrescenta que “**pode apoiar como tem apoiado** todos os atores privados da região: é fazer o que lhe compete na parte pública, é ser facilitador, é ter políticas públicas que favoreçam o fluxo turístico”.

Por um lado temos um apoio das entidades facilitadoras no que respeita as políticas públicas de financiamento, mas também na divulgação; e por outro lado, os municípios e entidades privadas privilegiam uma colaboração (EPR1) que varia entre a divulgação e a parceria, tirando benefícios deste projeto.

Assim o GAL3 sugere que haja **colaboração “na componente promocional”**, como o GAL4, propõe que haja divulgação do projeto, aspeto que a CM1 chama de:

uma boa promoção em cada um dos nossos municípios [...] através dos nossos postos turismo, dos nossos gabinetes de desenvolvimento turístico, podemos colaborar fundamentalmente na promoção e até criando alguma ligação entre os turistas e um eventual pacote com estadia nesse projeto.

Aspeto que a EPu1 também admite ao dizer que “**promover, divulgar, valorizar” seria o seu papel** “e como tal a articulação seria fácil, seria integrar mais esse polo no discurso promocional como agente promotor e divulgador do projeto”.

Sempre ponderadas, a CM5 e a CM4 dizem, no entanto, que estão disponíveis para colaborar e para divulgar a existência do parque aquático da Almargem, apesar de este precisar de iniciar atividade para se comprovar que é positivo para a região, pois “a **existência de um parque temático fará o sentido que o sucesso possa vir a criar**” (CM5).

O parque aquático da Almargem torna-se então algo que é esperado de **forma ambígua** pois trata-se de um produto que tanto entusiasma como assusta, e o factor diferenciador que o representa, pode ser visto com um ponto positivo ou um ponto negativo.

O desconhecimento do projeto pode explicar essa **ambivalência na tomada de posição** perante este tipo de produto, tanto que segundo a EPr3, o projeto foi aceite mas com alguma desconfiança, por ser diferente e ter dimensões importantes em termos de investimentos (16 milhões de euros), havendo também algum descredito apontado pela EPr3, no que concerne a aceitação das entidades bancárias ao conceder empréstimos, para um projeto que teria mais aceitação em zona urbana.

V.3 Discussão dos resultados

No sentido de facilitar a compreensão da **discussão dos resultados** desta investigação, elaboraram-se **tabelas** que reúnem os objetivos definidos assim como os pressupostos de investigação que lhes estão associados e a validação ou não dos mesmos. A discussão dos resultados obedecerá a secções temáticas similares às secções do subcapítulo V.2 que evidenciam os resultados das entrevistas feitas aos agentes do território.

V.3.1 A dualidade rural urbana e a definição de estratégias

Esta secção terá como objetivo apresentar os pressupostos ligados à área da dualidade rural urbana e a definição de estratégias aplicadas neste espaço, com os objetivos a que estão associados para se poderem comprovar ou desmentir os pressupostos de investigação.

Tabela V.3.1.16 Validação dos pressupostos de investigação sobre a dualidade rural/urbana e estratégias

OBJETIVOS	PRESSUPOSTOS DE INVESTIGAÇÃO	VERDADEIRO OU FALSO
1.Face à dualidade rural/urbana que caracteriza a região Viseu Dão Lafões, perceber como é vista a NUT III VDL pelos	P1 <ul style="list-style-type: none"> Os agentes do território consideram que existe uma dualidade rural urbana 	Verdade

intervenientes regionais.

2. Entender como é abordada a dualidade rural/urbana pelas entidades regionais a nível estratégico, no sentido de haver consenso em tomar decisões favoráveis a ambas as partes (rural/urbana).

	na área em estudo.	
	<ul style="list-style-type: none">Os agentes territoriais consideram que a região é maioritariamente rural.	Verdade
P2		
	<ul style="list-style-type: none">Os agentes territoriais consideram que a dualidade rural urbana deve ser esbatida por estratégias que favoreçam o dinamismo empresarial	Falso
	<ul style="list-style-type: none">Os agentes públicos consideram que deve haver estratégias adequadas ao território para preservar a autenticidade do mundo rural e o dinamismo do espaço urbano.	Verdade

Fonte: Elaboração própria.

Este trabalho permitiu desenhar um perfil à região VDL cujas características se prendem com uma dualidade rural/urbana que foram avaliadas junto das entidades regionais. Assim se definiu um **pressuposto de investigação P1 (tabela V.3.1.16)** que se divide em **duas afirmações**:

- Os agentes do território consideram que existe uma dualidade rural urbana na área em estudo;
- Os agentes territoriais consideram que a região é maioritariamente rural.

Estas afirmações **são verdadeiras**, na medida em que os entrevistados assumem existir um vínculo ao espaço rural ainda fortemente marcado, com polos urbanos claramente identificados, afirmando-se a **dualidade rural/urbana** como característica principal da região VDL.

Relativamente ao segundo **pressuposto de investigação P2 (tabela V.3.1.16)** reflete a questão da dualidade como um aspeto a ter em conta para a elaboração de estratégias e permitiu afirmar que:

- Os agentes territoriais consideram que a dualidade rural urbana deve ser esbatida por estratégias que favoreçam o dinamismo empresarial;
- Os agentes públicos consideram que deve haver estratégias adequadas ao território para preservar a autenticidade do mundo rural e o dinamismo do espaço urbano.

Foi apurado que os agentes territoriais da região VDL não consideram a dualidade rural urbana como um aspeto negativo mas sim como uma mais-valia, ou seja não consideram que esta dualidade deva ser esbatida por ser uma característica a favor da região, contribuindo para a diversidade e o poder atractivo da região. Acrescentam que sim é necessário construir estratégias que preservem a genuinidade dos espaços rurais e o

dinamismo económico dos espaços urbanos, favorecendo assim a complementaridade de ambos.

V.3.2 Setores de actividade

Esta secção apresenta os pressupostos de investigação ligados aos setores de actividade presentes no território.

Tabela V.3.2.17 Validação do pressuposto de investigação sobre setores de actividade

3. Entender que dinâmicas estratégicas aplicadas na NUT Viseu Dão Lafões, alimentam a economia e os setores de actividade.	P3	<ul style="list-style-type: none">Os agentes locais consideram que existe um setor de actividade com maior expressão.Os agentes territoriais consideram que o setor primário tem mais importância nas áreas rurais e que o setor secundário afirma-se nas áreas urbanas.	Falso
			Verdade

Fonte: Elaboração própria.

O **terceiro pressuposto de investigação P3** (tabela V.3.2.17) remete para os **setores de actividade** que as entidades regionais avaliam como mais importantes. Assim os agentes locais responderam às afirmações seguintes:

- Os agentes locais consideram que existe um setor de actividade com mais expressão;
- Os agentes territoriais consideram que o setor primário tem mais importância nas áreas rurais e que o setor secundário afirma-se nas áreas urbanas.

Consideraram que o **setor primário** continuava a ser o setor com mais protagonismo, o que está ligado à preponderância do espaço rural, onde se apreende tanto a agricultura, como também uma possibilidade de desenvolvimento de produtos endógenos como factor diferenciador (Maça de Bravo Esmolfe, Vinho Dão, Queijo da Serra), que indirectamente contribuem para o turismo. O **setor secundário**, ou seja toda a indústria de transformação, os setores automóvel, das confecções e outros consumíveis, são uma grande fonte de emprego e gerador de um certo dinamismo económico na região mais concentrado nas zonas urbanas por razões logísticas.

Contudo o **setor dos serviços** não é menosprezado, considerando que os agentes locais têm a plena noção de que é a **cidade de Viseu** que concentra mais actividade neste setor, onde consideram também que o **turismo está a afirmar a sua expressão** na própria cidade mas também em todo o território VDL.

V.3.3 O turismo como aposta estratégica

Nesta secção apresentam-se os pressupostos de investigação ligados ao setor do turismo.

Tabela V.3.3.18 Validação dos pressupostos de investigação sobre turismo

4. Perceber qual a importância do turismo para os stakeholders /opinion leaders: benefícios e limitações.	P4 <ul style="list-style-type: none">Os agentes territoriais consideram o turismo como uma estratégia importante para o desenvolvimento económico da região.Os agentes públicos e privados consideram que o turismo ainda tem espaço para evoluir.	Verdade Verdade
5. Identificar quais são os principais recursos turísticos da NUT III Viseu Dão Lafões.	P5 <ul style="list-style-type: none">As entidades regionais identificam os recursos turísticos da região VDL e consideram que os principais recursos turísticos da região são o património natural e cultural, o vinho do Dão e as Termas.Os agentes territoriais presentes em áreas mais rurais privilegiam os recursos naturais.Os agentes territoriais presentes em áreas mais urbanas privilegiam o património edificado e os eventos.	Verdade Verdade Verdade

Fonte: Elaboração própria.

O pressuposto de investigação P4 (tabela V.3.3.18) propõe as seguintes afirmações:

- Os agentes territoriais consideram o turismo como uma estratégia importante para o desenvolvimento económico da região;
- Os agentes públicos e privados consideram que o turismo ainda tem espaço para evoluir.

Na sequência do P3, apurou-se que os agentes territoriais VDL consideram **o turismo como fundamental** e como uma séria aposta como motor de desenvolvimento regional, tendo esta aposta ainda espaço para crescer, tendo-se verificado por parte das entidades, vontade de contribuir para tal. Consensualmente, todos os agentes públicos e privados são favoráveis ao turismo como forma de atrair turistas mas também, como um polo de atração para fixar habitantes na região.

Prosseguindo-se com o pressuposto de investigação P5 (tabela V.3.3.18), afirma-se que:

- As entidades regionais identificam os recursos turísticos da região VDL e consideram que os principais recursos turísticos da região são o património natural e cultural, o vinho do Dão e as Termas.
- Os agentes territoriais presentes em áreas mais rurais privilegiam os recursos naturais;

- Os agentes territoriais presentes em áreas mais urbanas privilegiam o património edificado e os eventos.

Comprova-se aqui que os atores locais identificam os principais recursos turísticos como sendo o **património natural** característico do espaço rural e o **património arquitetónico** mais abundante em espaço urbano. Assim sendo, o mundo rural está intrinsecamente ligado aos recursos naturais que são as serras compostas por montanhas e esculpidas pelos rios, mas também pelo recurso que poderá unir os dois espaços rural e urbano que são as termas. Este fenómeno geológico é considerado abundante em VDL e uma fonte de rendimento considerável. Também em forma de junção dos dois espaços, mas presente fisicamente no espaço rural por razões evidentes, o vinho tem evoluído como produto já que obteve a distinção DOC, mas também pelo desenvolvimento das quintas que o cultivam e a própria abertura das mesmas a um turismo de experiências mais procurado pelo turista.

V.3.4 Investimentos públicos estruturantes vs. Investimentos privados megalómanos

Apresentam-se agora os pressupostos de investigação relativos à área dos investimentos.

Tabela V.3.4.19 Validação dos pressupostos de investigação sobre investimentos

6. Perceber onde deveriam ser investidos os dinheiros públicos da NUT VDL	P6 <ul style="list-style-type: none"> • Os agentes públicos e privados consideram prioritário o investimento em infraestruturas e equipamentos. 	Verdade
7. Verificar quais as prioridades em termos de Investimento no turismo para os agentes locais.	P 7 <ul style="list-style-type: none"> • Os agentes públicos e privados consideram que é prioritário investir na qualificação de profissionais do turismo e na criação de empreendimentos turísticos. • Os agentes públicos e privados consideram prioritário a criação de um produto turístico agregado para a região VDL. 	Verdade Verdade

Fonte: Elaboração própria.

O pressuposto de investigação **P6** (tabela V.3.4.19) que se coloca agora prende-se com o tema dos **investimentos**, a saber, o que as entidades avaliam como investimento essencial para região se desenvolver, e afirma-se assim:

- Os agentes públicos e privados consideram prioritário o investimento em infraestruturas e equipamentos.

Os agentes públicos e privados **concordam em dizer que a região possui algumas lacunas a nível de acessos** que invariavelmente remetem para a **ligação Coimbra-Viseu**, como via obsoleta e perigosa, que precisa urgentemente de uma remodelação. Também é salientado pelos agentes territoriais a falta de um **acesso ferroviário, que já existiu e agora está extinto**, que seria uma mais-valia em termos de escoamento de produção ou até circulação de pessoas.

O pressuposto de **investigação P7** (V.3.4.19) dá continuidade à P6, propondo avaliar a opinião dos agentes locais na questão dos **investimentos em turismo**. Assim afirma-se o seguinte:

- Os agentes públicos e privados consideram que é prioritário investir na qualificação de profissionais do turismo e na criação de empreendimentos turísticos;
- Os agentes públicos e privados consideram prioritário a criação de um produto turístico agregado para a região VDL.

Segundo os agentes públicos e privados é urgente **investir na formação dos profissionais da área do turismo**, pois a região VDL, sendo uma região do interior, é característico duma grande parte da população ter baixas habilitações literárias, e consequentemente encontra-se esta população na área da hotelaria e da restauração, onde também não é solicitado que tenham formação adequada. Então o que pretendem os agentes territoriais, é que se tenha em conta a qualidade da oferta para que o **produto se diferencie e ganhe notoriedade**.

Nessa perspetiva, os agentes públicos e privados apontam para a importância de investir na **construção da imagem da região VDL como produto turístico agregado**, considerando uma oferta de qualidade, uma gastronomia com produtos locais, endógenos propostos nos restaurantes e uma vertente enoturismo crescente.

V.3.5 Apoio aos parques temáticos: o caso do parque aquático da Almargem

Nesta secção, propõe-se a apresentação dos pressupostos de investigação ligados aos objetivos sobre parques temáticos.

Tabela V.3.5.20 Validação dos pressupostos de investigação sobre parques temáticos

8. Perceber como é recebida a criação de um parque temático na região VDL

P8

- Os agentes públicos e privados são favoráveis à criação de um parque

Ambíguo

	temático em VDL.	
	<ul style="list-style-type: none"> Os agentes públicos emitem dúvidas quanto aos fundamentos da criação de um parque temático em VDL. 	Verdade
<p>9 a) Avaliar a aceitação dos agentes locais perante a abertura iminente do parque aquático da Almargem, e como se irão articular com o mesmo.</p> <p>9.b) Avaliar o papel de catalisador de um parque temático numa região rural</p>	<p>P9</p> <ul style="list-style-type: none"> Os agentes públicos aceitam colaborar com o parque aquático da Almargem no sentido de divulgar o projeto. 	Verdade
	<ul style="list-style-type: none"> Os agentes privados aceitam colaborar com o parque aquático da Almargem, com parcerias que beneficiem ambas as partes. 	Verdade
	<ul style="list-style-type: none"> As entidades regionais concordam em dizer que um parque temático tem um papel catalisador da economia. 	Ambíguo
	<p>P10</p> <ul style="list-style-type: none"> Os agentes públicos e privados já interagiram com o parque aquático da Almargem, em parcerias empresariais ou outras. 	Falso
<p>10. Avaliar a interação da Almargem com os agentes locais</p>	<ul style="list-style-type: none"> Os agentes públicos e privados não demonstram interesse em colaborar. 	Falso

Fonte: Elaboração própria.

O pressuposto de investigação P8 (Tabela V.3.5.20) entra no tema dos parques temáticos para avaliar a perceção dos agentes locais perante este tipo de produto turístico.

- Os agentes locais são favoráveis à criação de um parque temático em VDL;
- Os agentes públicos emitem dúvidas quanto aos fundamentos da criação de um parque temático em VDL.

Apurou-se que os agentes territoriais **são favoráveis à criação de um parque temático** em VDL. Contudo, são emitidas **algumas reservas** quanto ao tipo de parque temático que se quer ver emergir em VDL. Pondera-se e avalia-se que um parque temático relacionado com o território faria mais sentido, para não chocar, nem desvirtuar o autêntico que representa o espaço rural, para além de se questionar a sustentabilidade ambiental deste tipo de projeto.

No seguimento da P8, **a P9 (Tabela V.3.5.20) aborda a questão da criação do parque aquático da Almargem:**

- Os agentes públicos aceitam colaborar com o parque aquático da Almargem no sentido de divulgar o projeto;
- Os agentes privados aceitam colaborar com o parque aquático da Almargem;
- As entidades regionais concordam em dizer que um parque temático tem um papel catalisador da economia.

Anteriormente, os agentes territoriais admitiram ter algumas reservas quanto à criação de um parque temático em VDL, o que se aplica também ao parque aquático da Almargem. Apesar das **entidades entrevistadas aceitarem colaborar com o parque aquático** e admitirem que **é possível esta atração ter um papel catalisador** para a região, a proposta de colaboração é fundamentalmente no **apoio à divulgação**, sem participação financeira. Ao que os agentes públicos acrescentam que sendo um investimento privado não é da competência dos organismos do estado avançar com capitais, mas sim dar apoio na divulgação, contribuindo mais uma vez para o produto agregado já referido.

Por fim, o pressuposto **de investigação P10 (Tabela V.3.5.20)** permite avaliar a interação entre a Almargem e os agentes territoriais:

- Os agentes públicos e privados já interagiram com o parque aquático da Almargem;
- Os agentes públicos e privados não demonstram interesse em colaborar.

As entidades públicas e privadas conhecem mal o projeto do parque aquático da Almargem, o que permite dizer que poucas interagiram com o projeto, e as que o fizeram foi numa perspetiva informativa, onde a equipa gestora da Almargem quis apresentar o projeto. Apurou-se também, que a própria equipa gestora da Almargem observou algumas dificuldades no lançamento do projeto por ter um cariz megalómano que as entidades locais e financeiras julgaram ser descontextualizado.

V.4 Conclusão

A metodologia qualitativa aplicada neste projeto permitiu obter as respostas aos objetivos delineados e evidenciar aspetos que preocupam os agentes territoriais quer sejam de setor público ou privado.

No que respeita ao conhecimento da região, apurou-se que a região VDL é percecionada pelos agentes locais como um espaço predominantemente rural, com núcleos urbanos mais concentrados em 3 ou 4 cidades (Viseu, Tondela, Mangualde e S. Pedro do Sul), cujas funções são complementares: de um lado um espaço rural autêntico, com as aldeias remotas e as suas tradições, e do outro, um espaço urbano com equipamentos básicos que podem abranger a área da saúde ou da educação que servem ambas as partes.

No que concerne a aplicação de estratégias, os atores locais querem e trabalham para um espaço onde os habitantes vivam em harmonia, mas que também atraia outros habitantes e turistas. Consta-se que a preocupação dos agentes públicos é ser coerente e atuar de forma

favorável, respeitando as características da região VDL, quando os agentes privados têm uma visão mais seletiva e menos abrangente, dando ênfase ao mercado que lhes traz rendimento.

Porém, todos admitem haver espaço para um setor do turismo de qualidade superior para o bem da região e dos seus atores, com o aumento da qualidade da oferta em foco, permitindo assim a divulgação da imagem Viseu Dão Lafões como marca, construindo um produto agregado de todas as mais-valias propostas neste território, mostrando, no entanto, algumas reservas quando aos benefícios da implementação de um parque aquático num espaço mais vocacionado para o turismo de natureza.

VI. SÍNTESE E CONCLUSÕES

Este capítulo pretende **sintetizar as informações recolhidas nesta investigação**, de forma a interligar os resultados obtidos entre a parte teórica e a parte empírica, e assim conseguir responder à pergunta de partida definida e atingir os objetivos delineados no capítulo IV.

À imagem dos passos metodológicos seguidos neste estudo, procedeu-se em primeiro lugar a uma **revisão da literatura** (Capítulo II) que permitiu esclarecer o estado da arte na área dos **parques temáticos**, e consequentemente das **atrações, elemento central do sistema turístico**, segundo alguns autores. Conclui-se que o conceito de parque temático é considerado como central no sistema turístico, sendo considerado também como uma atração turística ou de visitantes. Assim, os agentes territoriais de VDL consideraram o parque aquático da Almargem como um parque temático e, consequentemente, como um potencial **polo de atração capaz de impulsionar a economia local**.

A investigação também apurou que **não existe uma definição consensual** para definir o que é um parque temático, mas sim um **conjunto de critérios** que coloca a atração na categoria de parque temático: ter um recinto com um tema bem definido, pagar um direito de entrada, ter em atenção a higienização e segurança do espaço, entre outros critérios, ou seja tudo em prol do visitante, para que este tenha uma experiência memorável.

As opiniões dos **agentes territoriais**, quanto a esta questão, convergem quase todas, dado que **consideram que se trata de um parque temático**, com a nota de que só dois entrevistados colocaram a dúvida quanto a esta denominação, mencionando que se tratava de mais um espaço de lazer, e não propriamente um parque temático. **Conclui-se que de facto há alguma dificuldade em entender o que é um parque temático** e assim conseguir classificar um parque aquático como a Almargem, comprovando ainda que não há consenso nesta questão.

No sentido de conseguir avaliar o espaço em que se irá inserir este parque aquático, o capítulo III apresenta as **caraterísticas da região Viseu Dão Lafões**, que apontam para uma **ruralidade gradual**, em termos físicos e demográficos, paisagem pontuada pela presença de **núcleos urbanos** onde os recursos naturais são preponderantes. Apresenta-se assim uma região com uma **posição estratégica de transição entre o dinamismo do litoral** que se reflete no espaço urbano e semi-urbano/semi-rural e a **pacatez do interior**, observável nas serras que constituem o pano de fundo desta região. Esta constatação vai ao encontro da posição dos **agentes territoriais que assumem a dualidade rural/urbana**

como sendo a característica principal deste espaço, e assumindo a existência de um polo urbano, sede de distrito (Viseu) e núcleos urbanos secundários mas estruturantes para a região em termos de serviços de primeira necessidade aos habitantes da região VDL.

Confirma-se então que as **entidades entrevistadas têm plena noção do espaço no qual estão inseridas e no qual trabalham para a elaboração de estratégias** que melhorem as condições de vida dos autóctones mas também as condições de estadia dos visitantes, sobretudo na ótica das entidades públicas, observando-se uma especialização das entidades privadas para os seus próprios centros de interesse, na aplicação de estratégias de desenvolvimento.

Demonstrou-se assim que essas **estratégias têm o intuito de ser estruturantes**, e todos os intervenientes deste estudo concordam em dizer que as **infraestruturas de acesso** merecem atenção e investimentos, para que se possam aplicar estratégias mais específicas. Segundo os agentes territoriais, a região carece de um acesso a Sul que permita aos visitantes chegar com facilidade e rapidamente ao território, nomeadamente a **ligação IP3 Coimbra Viseu**, que todos julgam estar em mau estado. Este tipo de investimento pretende apoiar a economia local, apesar de a região ter uma boa ligação por outros acessos rodoviários, não omitindo a falta assinalada pelas entidades regionais de **uma ligação ferroviária**, que faria todo sentido, numa estratégia de escoamento de produtos agrícolas ou da fileira agro-alimentar, ainda pouco desenvolvida, segundo testemunham os atores regionais.

Outro setor em foco no capítulo III, remete para a questão dos **setores de atividade** em VDL, e como os dados analisados o comprovam, o **setor secundário**, nomeadamente a **indústria**, é crucial nos espaços urbanos por ser um grande empregador e contribuir para o dinamismo da economia local. Assim o entendem e afirmam os agentes locais dando ênfase à criação de emprego como estratégia para fixar pessoas num espaço que tende a despovoar-se.

Apesar de não ter uma percentagem significativa em termos de valor acrescentado, o setor **primário** é importante também pela região ser de cariz rural, e pela necessidade de preservar um espaço ainda genuíno, onde a agricultura ainda tem grande peso e é considerada como fator de desenvolvimento, e como base para os outros setores.

Comprovou-se também que o **setor do turismo tem grande expressão em Viseu**, e está numa fase inicial de desenvolvimento no resto da região, emergindo a preocupação de fazer de VDL um espaço estruturado, com **uma oferta de qualidade**, com equipamentos atualizados, o que segundo os agentes territoriais, nem sempre é observado. Constatou-se que o fator rural onde uma **população com baixas habilitações** se concentra, alimenta uma lacuna detetada pela maioria como sendo a **falta de formação dos profissionais do turismo**, quer sejam da área da restauração, quer sejam da área da hotelaria, para citar as principais áreas. O que indica a vontade das entidades públicas e privadas de VDL de **construir um produto de qualidade**, que seja à imagem de uma região mosaico mas com a sua **identidade própria**, preservando a sua autenticidade nos espaços mais rurais e o seu dinamismo nos espaços mais urbanos, considerando que o objetivo principal visa criar um **produto turístico agregado** que favoreça a região como um todo, lema evocado por todos os agentes territoriais.

A **área do turismo** merece uma análise mais aprofundada, pois constitui uma aposta em que os agentes locais acreditam. Assim, no que respeita às **unidades de alojamentos da região VDL**, a análise de dados demonstrou uma **hegemonia de dois polos urbanos**, tanto em capacidade de alojamento como em dormidas que são Viseu e S. Pedro do Sul. Estes são detentores de **mais de 50% da capacidade de alojamento da região**, o que se confirmou através da análise de conteúdo das entrevistas às entidades locais, que alertam para **a falta de unidades de alojamentos e a necessidade de existir uma oferta mais dispersa**, no sentido de aproveitar o espaço rural para fins de Turismo em Espaço Rural ou Turismo de Habitação. Esta lacuna assinalada poderá ser amenizada pela alteração da portaria que rege os empreendimentos turísticos, publicada em 2013, que anuncia a possibilidade de ser categorizado como Alojamento Local, as unidades de alojamentos que não se puderam classificar de outra forma, deixando algumas unidades ainda em fase de transição e provavelmente ainda não registadas como tal.

De forma geral, observou-se que a região **Viseu Dão Lafões tem uma estrutura bem apetrechada no que respeita aos recursos secundários**, que são constituídos pelas infraestruturas respondendo às necessidades de saúde, educação, justiça e até lazer/desporto dos cidadãos de VDL, que correspondem a três domínios: a gastronomia e os vinhos, os equipamentos de turismo e infraestruturas de serviços (transportes, social, saúde). Comprovou-se, ao analisar as entrevistas dos agentes locais, que as estratégias estruturantes nestes domínios foram benéficas e contribuíram para o bem estar dos

autóctones, apesar dos agentes territoriais alertarem para o facto de haver ainda muitos aspetos a melhorar, pois estes elementos são geridos localmente por cada autarquia e são dependentes das verbas disponíveis. Os dados estatísticos analisados e o conteúdo das entrevistas permitiu confirmar ainda que a cidade de **Viseu se destaca** em termos de quantidade de recursos, lembrando, em todos os aspetos, que é sede de distrito, mas também dando espaço para as cidades de Tondela e S. Pedro do Sul, ambas em fase de crescimento urbano.

Já que os **recursos secundários se consideram estruturantes**, os **recursos primários**, estes permitem atrair o visitante e ser a motivação principal da sua deslocação, contribuindo assim para o desenvolvimento do turismo. Neste aspeto, a **região VDL tem fortes argumentos** em termos de **património natural**, valorizados por projetos estruturantes como a Rota da Água e da Pedra ou as Montanhas Mágicas® que vendem já um produto agregado como prova do caminho que está a ser feito nesse sentido. O **património arquitetónico** também está fortemente representado com **26 monumentos nacionais e 129 elementos do património classificados de interesse público na região VDL**.

Comprova-se assim que o património cultural e natural são os principais recursos turísticos assinalados pelas entidades públicas e privadas de VDL, mas também evocam a **enologia desenvolvida através da DOP/DOC do vinho Dão e das quintas que o produzem, como produto propício a experiências turísticas de vindima ou preparação do vinho**. Também é de referir a importância do **fator termal fortemente representado em VDL com cerca de 40% das estâncias termais nacionais presentes em VDL**, ou seja é claramente um polo aglutinador, no qual as entidades públicas e privadas avaliam que haja ainda muito a fazer, e onde a **vertente bem-estar** está cada vez mais presente, permitindo alargar o mercado abrangido.

Convém realçar a **importância dada pelos agentes territoriais aos eventos** como as feiras tradicionais, ligadas ou não à religião, e que representam um recurso primário, onde todos os outros recursos são promovidos (gastronomia e vinhos, património cultural e natural, termas), aproveitando-se assim a dinâmica para atrair turistas.

A análise dos dados estatísticos da região VDL relativos à **procura turística** revela que os indicadores tenderam a regredir, o que traduz uma **redução da permanência** da região em estudo, com a exceção de **Viseu** que possui os indicadores com valores mais elevados da

região e **S. Pedro do Sul** que manteve o aumento dos mesmos indicadores da procura, facto associado à atividade termal. Os agentes territoriais ressentem de facto que estes dois polos concentram mais atividade turística do que o resto da região, e comprovam assim a veracidade da análise da dados, deixando espaço para a ideia, já referida, da necessidade de haver mais unidades de alojamentos e mais polos de atração espalhados na região que permitam fazer circular o visitante.

Viseu Dão Lafões aparenta ser uma boa aposta para um investidor privado, pois torna-se atrativa pelos recursos que possui, pela posição estratégica que ocupa e pela possibilidade de evolução que o turismo proporciona.

Porém as dúvidas dos agentes territoriais persistem e espelham-se no possível sucesso do parque temático/aquático da Almargem, considerando que o mercado europeu está numa situação menos adiantada do que os Estados Unidos em termos de desenvolvimento, é possível que a criação de um parque temático na Península Ibérica **possa ter sucesso ou não**. De forma geral, **as entidades públicas e privadas têm plena noção do quão arriscado** é apostar numa atração turística deste género, pois alertam para alguma falta de discernimento na escolha do sítio, **não havendo mercado, nem tema relacionado com a natureza** que faça valer esta escolha.

Apesar dos agentes territoriais demonstrarem opiniões positivas relativamente ao projeto desenvolvido na Almargem, as opiniões contrárias também têm algum peso. As opiniões favoráveis defendem que o projeto, tendo várias vertentes, será uma mais-valia por estar localizado num espaço mais rural, para os seus habitantes e os seus recursos naturais. É referido que estudos foram feitos no sentido de avaliar quais os métodos mais adequados a serem utilizados para que o parque temático não prejudique o meio ambiente, nem a sustentabilidade do sítio onde se localiza.

As entidades públicas e privadas entrevistadas demonstram alguma não concordância quanto à criação de um parque temático que não valorize o lado autêntico do espaço rural predominante em VDL. Apesar de um parque temático ser importante para a região VDL e ser considerado como um **motor de desenvolvimento para a zona rural em estudo, reforçam que este empreendimento tem de se adequar às características e especificidades do território.**

O desenvolvimento deste estudo permitiu evidenciar **algumas limitações** que impediram uma maior precisão dos resultados. Assim, no capítulo da revisão da literatura, identificou-se uma limitação que se prende com a escassez de literatura sobre o assunto dos parques temáticos, dificultando assim a pesquisa, não permitindo obter conclusões claras em todas as áreas abrangidas. Apesar de escasso, o conjunto de referências recolhidas permitiu estabelecer que a metodologia adequada a este tipo de estudo seria qualitativa, o que sugere alguma subjetividade e retira alguma credibilidade ao estudo.

Outra limitação tem a ver com o facto do parque aquático da Almargem ainda não ter aberto ao público. Sendo o caso estudado neste trabalho, teria sido relevante utilizar uma metodologia quantitativa em forma de complemento, o que remete para um estudo que se pode considerar incompleto, ou por completar.

Contudo, alguns **contributos foram identificados** neste estudo, salientando-se assim que os parques temáticos são considerados como atrações turísticas, ou seja ocupam uma posição central no sistema turístico, criando dinâmicas que podem ajudar uma região com uma ruralidade acentuada.

O conhecimento aprofundado da componente turismo da região VDL, assim como das suas características, também se pode considerar como um **contributo valioso**, podendo servir de base a um estudo futuro na região.

Outro contributo prende-se com a necessidade de haver uma compatibilidade entre o espaço envolvente de cariz rural e os próprios empreendimentos turísticos, com unidades de alojamentos adequadas em maior quantidade, com atrações turísticas que se inserem na paisagem e na temática da natureza, como as rotas, ou os percursos pedestres que valorizem os recursos turísticos do território.

No sentido de **completar este estudo**, sugeria-se que no futuro se aplicasse uma metodologia quantitativa, para se poder submeter questionários aos visitantes do parque aquático da Almargem, deixando espaço para a componente procura e avaliando se este investimento é sustentável. Não restam dúvidas sobre o facto de que este estudo teria de ser aprofundado para se obter resultados mais exaustivos. Por último, também se pode completar esta pesquisa aplicando entrevistas aos restantes municípios de VDL.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ajake, A. O. (2015). Tourism marketing strategies performance: evidence from the development of peripheral areas in Cross River. *GeoJournal*. <http://doi.org/10.1007/s10708-015-9643-5>
- Amir, A. F., Ghapar, A. A., Jamal, S. A., & Ahmad, K. N. (2015). *Sustainable Tourism Development: A Study on Community Resilience for Rural Tourism in Malaysia*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* (Vol. 168). Elsevier B.V. Retrieved from <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1877042814056754>
- Arroyo, J. A. (2007). *Economic Impacts of Theme Park Development on the Host Areas*. Bornemouth University & Université de Savoie.
- Biddulph, R. (2015). Limits to mass tourism's effects in rural peripheries. *Annals of Tourism Research*, 50, 98–112. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2014.11.011>
- Blomgren, K. B. (1998). Peripherality: Factor or Feature? Reflections on Peripherality in *Tourism*, 4, 319–336.
- Boniface, B., Cooper, C., & Cooper, R. (2012). *Worldwide destinations: the geography of travel and tourism*, 6^a Ed. Abingdon, Oxon: Routledge.
- Braun, M. (2000). The economic impact of theme parks on regions (p. 121). Retrieved from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.121.4818&rep=rep1&type=pdf>
- Briedenhann, J., & Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas-vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management*, 25, 71–79. [http://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00063-3](http://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00063-3)
- Caldeira, A. (2006). *Atracções e gestão de visitantes: Uma abordagem de competitividade aplicada ao caso português*. Universidade de Aveiro. Retrieved from <http://ria.ua.pt/bitstream/10773/1518/1/2007001390.pdf>
- Center Parcs. (2015). Retrieved June 21, 2015, from http://www.centerparcs.fr/fr-fr/faq_ms?category=26
- Clavé, A. S. (1999). El desarrollo de parques temáticos en un contexto de globalización. *Boletín de La A.G.E.*, 28, 85–102.
- Clavé, A. S. (2007). *The global theme park industry* (CABI). Oxford. <http://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Connell, J., Page, S. J., & Meyer, D. (2015). Visitor attractions and events: Responding to seasonality. *Tourism Management*, 46, 283–298. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.06.013>
- Costa, C., Brandão, F., Costa, R., & Breda, Z. (2014). *Turismo nos países lusófonos: conhecimentos, estratégias e territórios*. Lisboa: Escolar Editora.
- Costa, R. A. (2012). *Dinâmicas Territoriais Geradas Pelo Investimento Privado No Turismo*, 1–636. Universidade de Aveiro.
- D'Hautesserre, A.-M. (1997). Disneyland Paris: A Permanent economic growth pole in the francilian landscape. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 3, 17–33.

- D & J International Consulting, & Morisetti Associates for IAAPA. (2014). *European Amusement and Theme Park Industry: An Assessment of Economic Impact Prepared for IAAPA Europe Submitted by*.
- Dridea Catrinel, R., & Strutzen, G. (2008). Theme park – The main concept of tourism industry development. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 17(2), 1–6. Retrieved from <http://steconomice.uoradea.ro/anale/volume/2008/v2-economy-and-business-administration/113.pdf>
- Dybedal, P. (1998). Theme parks as flagship attractions in peripheral areas. *Unit of Tourism Research Research Centre of Bornholm*.
- Fleischer, A., & Felsenstein, D. (2000). SUPPORT FOR RURAL TOURISM Does it Make a Difference? *Annals of Tourism Research*, 27(4), 1007–1024.
- Fyall, A., Leask, A., Garrod, B., & Wanhill, S. (2008). *Managing Visitor Attractions*. Oxford: Elsevier. [http://doi.org/10.1002/1521-3773\(20010316\)40:6<9823::AID-ANIE9823>3.3.CO;2-C](http://doi.org/10.1002/1521-3773(20010316)40:6<9823::AID-ANIE9823>3.3.CO;2-C)
- Gunn, A. C. (1994). *Tourism planning: basics concepts cases*, 3rd ed. Washington: Taylor & Francis.
- Hervieu, B., & Pursegile, F. (2013). *Sociologie des mondes agricoles*. Paris: Armand Colin. Retrieved from <https://books.google.pt/books?id=ikvnGsSAYS4C&pg=PT56&lpg=PT56&dq=kayser+rural+1990&source=bl&ots=bzQl1Ylr2e&sig=dZA2dSagqJ2bfWe7RmQrr9ExVGY&hl=fr&sa=X&ved=0CD8Q6AEwBWoVChMIjvSjz8TlyAIVRLYaCh118wUj#v=onpage&q=kayser+rural+1990&f=false>
- Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: an integrated and sustainable development approach* (Van Nostra). New York: Van Nostrand Reinhold.
- Instituto Nacional de Estatística. (2011). *Censos 2011*.
- Instituto Nacional de Estatística. (2013). Anuário das Estatísticas do Turismo 2012, 69.
- Jolliffe, L. (2000). Theme Parks as Flagship Attractions in Peripheral Areas. *Annals of Tourism Research*, 27(1), 250–252. [http://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00048-1](http://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00048-1)
- Jones, P. (2002). Practice paper Center Parcs UK, 4(2), 174–183.
- Leask, A. (2008). The nature and role of visitor attractions. In *Managing visitor attractions*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Lew, A. A. (1987). A framework of tourist attraction research. *Annals of Tourism Research*, 14(4), 553–575. [http://doi.org/10.1016/0160-7383\(87\)90071-5](http://doi.org/10.1016/0160-7383(87)90071-5)
- Martins, N., & Costa, C. (2009). Património, paisagens culturais, turismo, lazer e desenvolvimento sustentável. Parques temáticos vs parques patrimoniais. *Exedra: Revista Científica*, 51–76. Retrieved from www.exedrajournal.com
- Middleton, V., Morgan, M., & Fyall, A. (2009). *Marketing in travel and tourism*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Milman, A. (2007). Theme park tourism and management strategy. In *Tourism Management: Analysis, Behaviour and Strategy* (pp. 218–231). CABI Publishing. Retrieved from <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84864658695&partnerID=tZOtx3y1>

- Milman, A. (2010). The global theme park industry. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 2(3), 220–237. <http://doi.org/10.1108/17554211011052177>
- Milman, A., Okumus, F., & Dickson, D. (2010). The contribution of theme parks and attractions to the social and economic sustainability of destinations. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 2(3), 338–345.
- Ministério da Economia e da Inovação. (2008). Decreto-Lei nº39/2008 de 7 de março. *Diário Da República*, 48 (1ª série), 1440–1456.
- OMT. (2001). *Apuntes de metodología de la investigación en turismo*. Madrid.
- Pikkemaat, B., & Schuckert, M. (2007). Success Factors of Theme Parks—an Exploration Study. *Turizam: Znanstveno-Stručni Časopis*, 55(2), 197–208.
- Prideaux, B. (2008). The role of visitors attractions in peripheral areas. In A. Fyall, B. Garrod, A. Leask, & S. Wanhill (Eds.), *Managing visitor attractions* (pp. 80–94). Oxford: Butterworth Heinemann.
- Sharpley, R. (2007). Flagship attractions and sustainable rural tourism development: The case of the Alnwick Garden, England. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(2), 125–143. <http://doi.org/10.2167/jost604.0>
- Swarbrooke, J. (2002). *The Development and Management of visitor attractions*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Turismo de Portugal. (2014). Tipologias de Empreendimentos Turísticos. Retrieved from <http://www.turismodeportugal.pt/Português/ÁreasAtividade/dvo/empreendimentos-turisticos/Documents/tipologias-empreendimentos-turisticos-out-2014.pdf>
- Turismo de Portugal, I. P. (2013). Visit Portugal. Retrieved from <https://www.visitportugal.com/pt-pt/encontre-tipo?context=400>
- United Nations. (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. Department of Economic and Social Affairs - Statistics Division. <http://doi.org/10.1108/17427370810932141>
- Van Campenhout, L., & Quivy, R. (2011). *Manuel de recherche en sciences sociales*. (Dunod, Ed.). Paris. Retrieved from https://books.google.pt/books?id=cv_4dXTwBaMC&printsec=frontcover&dq=Raymond+quivy&hl=fr&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Raymond+quivy&f=false
- Veal, A. J. (2006). *Research methods for leisure and tourism: a practice guide*. London: FT Prentice Hall.
- Wanhill, S. (1997). Peripheral area tourism - euro perspective. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 3, 47–70.
- Wanhill, S. (2008a). Economic aspects of developing theme parks. In *Managing visitor attractions* (pp. 59–79). Oxford: Butterworth Heinemann.
- Wanhill, S. (2008b). Interpreting the development of the visitor attraction product. In *Managing visitor attractions* (pp. 16–35). Oxford: Butterworth Heinemann.

ANEXOS

Anexo 1 Guião da entrevista direcionada às entidades públicas e privadas

(Municípios, Grupos de Ação Local, Comunidade Intermunicipal, Turismo do Centro e empresas Termalitur e Visabeira)

OBJETIVO PRINCIPAL: demonstrar a importância de um parque temático para o desenvolvimento local do turismo em meio rural.

Introdução: Apresentação, enquadrar tese e autorização da gravação da entrevista.

1. Tendo o território Viseu Dão Lafões uma dualidade rural/urbana, quais os principais aspetos que o caracterizam e os principais aspetos diferenciadores?

Objetivo: saber como os munícipes lidam com a dualidade urbana/rural, ou maioritariamente rural do território, se o conhecem bem.

Identificar os aspetos salientados e se é entendido como aquilo que foi descrito na tese-rural, baixa densidade populacional, crescimento populacional somente de Viseu concelho (concentra 36% da população VDL), população envelhecida, crescimento natural negativo, população dispersa.

2. Considera que existem ou deveriam existir estratégias para combater a dualidade deste território ou esta dualidade beneficia o seu crescimento e desenvolvimento?

Objetivo: avaliar as posições dos municípios perante o espaço em que se inserem. Derivado do conhecimento ou não do território, se as estratégias são similares.

3. Quais considera que são os principais setores de atividades da região?

Objetivo: avaliar o perfil económico da região, sabendo que a indústria ocupa 36% da VAB da região VDL, segue-se o comércio por grosso com 19%, a construção e a atividade imobiliária, consultoria e administração ambas com 12%)... agricultura representa 3% da VAB da NUT VDL. Alojamento e restauração representam 4%.

4. Como considera a importância o setor do turismo na região Viseu Dão Lafões?

Objetivo: entender como se posiciona o setor do turismo na NUT e nos municípios.

5. Quais considera que são os principais aspetos negativos do turismo nesta região?

Objetivo: obter as opiniões objetivas sobre o turismo em VDL.

6. Quais considera que são os principais recursos turísticos da NUT Viseu Dão Lafões?

Objetivo: verificar o conhecimento dos recursos turísticos da região e concelho entrevistado (ver se a Almargem começa a emergir). Orientar da NUT para o próprio concelho.

7. Quais investimentos considera que deveriam ser feitos prioritariamente na região Viseu Dão Lafões para o seu crescimento e desenvolvimento?

Objetivo: perceber onde estão a ser investidos os dinheiros públicos da NUT VDL.

8. Quais considera que deveriam ser os investimentos prioritários no turismo desta região para o seu crescimento e desenvolvimento?

Objetivo: investimentos no turismo e delinear as estratégias

9. Considera a criação de um parque temático importante para a região VDL?

- Na sua opinião, quais são os principais aspetos positivos que este parque poderá trazer?
- Quais os principais aspetos negativos?

Objetivo: introduzir a ideia de parque temático e procurar a complementaridade que as autarquias poderão ter em colaborar e apoiar.

10. De que forma considera que a sua organização/instituição poderia apoiar o projeto Almargem no seu desenvolvimento e crescimento e *a posteriori*, articular-se com este projeto?

Objetivo: perceber como vêm a criação de um PT e como funcionará a articulação entre eles.

Concluir deixando em aberto a possibilidade de a pessoa acrescentar algo que ache relevante e salientar se é possível contactar posteriormente no caso de surgir alguma dúvida ou necessidade de complementar a informação já recolhida (poe email ou telefone, como for mais conveniente).

Anexo 2 Guião de entrevista à equipa gestora da Almargem

OBJETIVO PRINCIPAL: demonstrar a importância de um parque temático para o desenvolvimento local do turismo em meio rural.

Introdução: Apresentação, enquadrar tese e autorização da gravação da entrevista.

1. Tendo o território Viseu Dão Lafões uma dualidade rural/urbana, quais os principais aspetos que o caracterizam e os principais aspetos diferenciadores?

Objetivo: saber como os municípios lidam com a dualidade urbana/rural, ou maioritariamente rural do território, se o conhecem bem.

Identificar os aspetos salientados e se é entendido como aquilo o que foi descrito na tese-rural, baixa densidade populacional, crescimento populacional somente de Viseu concelho (concentra 36% da população VDL), população envelhecida, crescimento natural negativo, população dispersa,

2. Considera que existem ou deveriam existir estratégias para combater a dualidade deste território ou esta dualidade beneficia o seu crescimento e desenvolvimento?

Objetivo: avaliar as posições dos municípios perante o espaço em que se inserem. Derivado do conhecimento ou não do território, se as estratégias são similares.

3. Quais considera que são os principais setores de atividades da região?

Objetivo: avaliar o perfil económico da região, sabendo que a indústria ocupa 36% da VAB da região VDL, segue-se o comércio por grosso com 19%, a construção e a atividade imobiliária, consultoria e administração ambas com 12%)... agricultura representa 3% da VAB da NUT VDL... Alojamento e restauração representam 4%.

4. Como considera a importância o setor do turismo na região Viseu Dão Lafões?

Objetivo: entender como se posiciona o setor do turismo na NUT e nos municípios

5. Quais considera que são os principais aspetos negativos do turismo nesta região?

Objetivo: obter as opiniões objetivas sobre o turismo em VDL-

6. Quais considera que são os principais recursos turísticos da NUT Viseu Dão Lafões?

Objetivo: verificar o conhecimento dos recursos turísticos da região e concelho entrevistado (ver se a Alargem começa a emergir). Orientar da NUT para o próprio concelho.

7. Quais investimentos considera que deveriam ser feitos prioritariamente na região Viseu Dão Lafões para o seu crescimento e desenvolvimento?

Objetivo: perceber onde estão a ser investidos os dinheiros públicos da NUT VDL.

8. Quais considera que deveriam ser os investimentos prioritários no turismo desta região para o seu crescimento e desenvolvimento?

Objetivo: investimentos no turismo e delinear as estratégias

9. De que forma considera que a criação de um parque temático num território como VDL faz sentido?

- Na sua opinião, quais são os principais aspectos positivos que este parque poderá trazer?
- Quais os principais aspectos negativos?

Objetivo: entender qual o fator diferenciador deste projeto.

10. Como é que um projeto deste género pode apoiar ou não o desenvolvimento económico da região e promover o bem-estar da população local?

Objetivo: perceber como é gerido o PT e qual a interação com os habitantes.

11. Como foi acolhido este projeto pelos agentes territoriais? Como se articulou o Almargem com esses agentes? Qual o *feedback* : aceitação ou dificuldades nesta articulação?

Objetivo: perceber como se operou a articulação com os agentes locais.

Concluir deixando em aberto a possibilidade de a pessoa acrescentar algo que ache relevante e salientar se é possível contactar posteriormente no caso de surgir alguma dúvida ou necessidade de complementar a informação já recolhida (poe email ou telefone, como for mais conveniente).

Anexo 3 Matriz dos recursos turísticos da região Viseu Dão Lafões

**Matriz do
Inventário
de
Recursos
Turísticos**

Municípios da NUT III Dão Lafões

Aguiar
Beira

Recur so s pri má rio	Património Natural	Ria			
		Lagos / Lagoas			
		Quedas de Água			
		Rios / Ribeiras		Rio Vo (nascente), de Cara (Valagote Távora, R Ribeira d	
		Praias Marítimas			
		Praias Fluviais			
		Serras / Vales / Montes		Serra da Monte do Serra do A	
		Manchas Florestais			
		Áreas de Protecção da Natureza			
		Miradouros		Miradouro de Ga (Fornin	
		Paisagem		Paisagem Taleg	
		Espaços Naturais de Recreio e Lazer			
		Albufeiras / Barragens			
		Fauna / Flora			
		Árvores com interesse relevante			
		Recursos Piscícolas e Cinegéticos			
		Outros não Especificados			
	Património Cultural	Monumental	Estações e Vestígios Arqueológicos		48 sít arqueolo registados Dolmen Carapito, n da Reg

			Igrejas / Capelas / Ermidas	52 capelas igrejas
			Aldeias Típicas / Históricas	
			Palácios / Solares	7 solares
			Pelouros / Cruzeiros / Obeliscos	12 cruzeiros Pelourinos
			Torres/Castelos/Castros	Ruínas do Castelo Torre do Forno
			Monumentos	4 monumentos nacionais de Aguiar, de Carapiteira, Ameaça de Pelourino de da Beira
			Fontes / Chafarizes / Aquedutos	1 aqueduto fontanário chafarizes Ameaça
			Edifícios c/ Valor Arquitectónico Relevante	2 edifícios
			Casas de interesse	1

			Aglomeraciones Urbanas c/ Valor Arquitectónico	3 conju
			Alminhas	9 almir
			Conventos / Mosteiros	1 most
			Outros não especificados (estátuas...)	2 sepu
		Artístico	Museus	
			Arte Sacra	
			Bandas	
			Grupos de Teatro e teatro popular	
			Grupos Corais	
			Outros não especificados (grupos de dança...)	
		Etnográfico	Artesanato	Tamancos,
			Ranchos Folclóricos	
			Trajes Regionais	
			Jogos Populares	

			Outros não especificados	
		Arqueologia Industrial	Moinhos	
			Lagares de Azeite	
			Embarcações Tradicionais	
			Canastos/Espigueiros	
			Percursos	
			Outros não especificados (fabricas antigas,...)	
		Complementares	Edifícios de Interesse Relevante	
			Pontes	3 pont
			Coretos	
			Parques temáticos	
			Parques / Jardins Públicos	
			Outros não especificados (farol,...)	
	Equipamentos	Culturais e recreativos	Locais de Peregrinação	
			Espaços de Exposição / Galerias	
			Auditórios e Centros Culturais	
			Bibliotecas	Biblioteca M
			Pavilhões para uso recreativo	
			Espaços de Lazer e Recreio	
			Teatro e Salas de Espectáculo	Centro C
			Outros não especificados	
		Desportivos	Campos de Tiro	
			Courts de Ténis	2 courts d
			Campos de Jogos	17 Camp futebol, 1 munic
q			Pavilhões Multi-desportos	11 Polidesp pavilh gimnodes
			Complexos Desportivos	Compl Desportivo, munic
			Pistas de Motociclismo	

			Piscinas	Piscinas m
			Centros Hípicos	
			Zonas de Caça	
			Campos de golfe	
			Kartódromo e Autódromo	
			Circuitos de Manutenção	
			Pista Náutica	
			Outros não especificados	Mini ca
	Lazer		Termas	Caldas da
			Complexos de Lazer	
			Observatório de Natureza	
			Trilhos, Roteiros e Circuitos	
			Marinas e Portos de Recreio	
			Cais/Esteiros	
			Outros não especificados	
		Negócios	Auditórios	
			Salas de Congressos	
			Pavilhão de Exposições	
	Eventos	Religião	Festas e Romarias	
		Culturais e Recreativos	Feiras e Mercados	
			Exposições	
			Festivais Vários (música, teatro, etc.)	
			Jogos Tradicionais	
			Outros não especificados	
		Animação	Festas e Feiras de Animação	Festa do P do Queijo o Feira das at económ
			Jogos Desportivos	Rallye de A Beira, J Tradicion concelho, de BTT/ F Cabica
			Espectáculos	
			Festivais Gastronómicos	Certa Gastronó Míscaro de da Be
			Comemorações e Exposições Especiais	
			Outros não especificados	

	Desportivos	Desportos com Bola
		Desportos de Aventura
		Desportos Motorizados
		Desportos Náuticos
		Desportos Velocipédicos
		Desportos Aéreos
		Outros não especificados
	Negócios	Conferências
		Feiras e Exposições Especializadas
		Outros não especificados

Recursos Secundários ou Complementares	Actividades	Gastronomia e Vinhos	Pratos Típicos	Bola de arroz de m vitela as
			Doçaria Regional	Bolo de a papas de queijada carap
			Vinhos	
			Outros não especificados	Percu pedestres
	Equipamentos	Turismo	Estabelecimentos Hoteleiros	1
			Meios complementares de aloj. Turístico	
			Outras formas de alojamento	3
			Turismo em Espaço Rural	8
			Parques de Campismo	
			Conjunto Turístico	
			Cafés, Pastelarias, Gelatarias, Casas de chá, Cervejarias, etc.	
			Restaurantes	53
			Pubs e Bares	
			Estab. De bebidas com espaço de dança	
			Agências de Viagem	
			Rent-a-car	1
			Empresas de animação	1
			Postos de Turismo	1
			Caves / Adegas / Quintas	
	Transportes	Serviços de transporte rodoviário	Rede de públic	
		Serviços de transporte fluvial/marítimo		
		Serviços de transporte		
		Outros não especificados		

		Infra-estruturas	Estradas	
			Portos	
			Estaleiros	
			Aeródromos	
			Terminais Fluviais/marítimo	
			Terminais Rodoviários	
			Terminais Ferroviários	
			Outros não especificados	
		Sociais	Saúde	
			Segurança	
			Escolas	
			Financeiros	
			Outros não especificados	

5 EB
2 Agrupam
e 3º cic
secund

