



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR  
Departamento de Engenharia Civil e Arquitetura

## **Complexo Turístico Novas ofertas turísticas na Covilhã**

**Marta Luísa Teixeira Brandão**

Dissertação para obtenção da Licenciatura com Mestrado Integrado em  
**Arquitetura**  
(1º ciclo de estudos)

Orientador: Prof. Dr. José Neves Dias

**Covilhã, Junho de 2013**



# Dedicatória

Aos meus pais, irmão, namorado e amigos que me apoiaram em todos os momentos.

À Engenheira Andreia Brandão, de quem tenho orgulho de ser irmã. Mais que me ajudar na orientação desta dissertação foi o meu grande exemplo e pilar para todas as etapas da minha vida.

A Engenheira Sílvia Quintas que também me coorientou na concessão da Dissertação.



# Agradecimentos

Aos meus colegas e amigos,

Ao meu orientador José da Silva Neves Dias.

E a todos os profissionais que estiveram direta e indiretamente envolvidos no desenvolvimento e elaboração desta dissertação.



# Prefácio

Portugal, a Europa, o Mundo em geral atravessam uma das maiores crises e em tempo de crise não é evidente a obtenção de fundos para a criação de novos projetos.

No entanto, supõe-se que quando a apresentação dum novo projeto é estudada e fundamentada, dirigindo a sua criação para o desenvolvimento de uma cidade que irá inevitavelmente contribuir para o desenvolvimento de um País, originando receita, proporcionando evolução e riqueza, os fundos comunitários estarão com certeza mais disponíveis e atentos para proporcionar e garantir o devido investimento, para possibilitar a melhoria contínua, contribuindo para a saída da crise.

A Covilhã tem atualmente diversas vantagens que a colocam num potencial patamar de investimento, nomeadamente:

- O clima. Fresco e propício aos desportos de Inverno, a curta distância e nesta estação quente e agradável para possibilitar a criação de um completo turístico (hotel, estacionamento, equipamento hípico, ginásio, sala de jogos, spa, entre outros).
- As acessibilidades. Foram já criadas e melhoradas as vias de comunicação que possibilita a Covilhã, hoje, esteja acessível ao turista.
- A hospitalidade dos habitantes, que acolhe o estudante e o visitante de uma forma afável e amável.

Há, portanto, que criar e desenvolver as restantes condições que apelem à visita, à estadia, ao consumo e ao retorno do turista em qualquer altura do ano.

Terá de ser a Covilhã lembrada como destino turístico apenas no Inverno? Acredita-se que não.

Ao criarmos um COMPLEXO TURÍSTICO, estamos a contribuir para que esta cidade e região seja mais procurada pelos estrangeiros, o que contribuirá inevitavelmente para o seu desenvolvimento. É verdade que a universidade foi um grande passo, foi mesmo um marco no desenvolvimento desta Cidade. Contudo, existem ainda algumas lacunas, que quando melhoradas poderão possibilitar outras opções de escolha, colocando a Covilhã num roteiro turístico não só na época fria, mas igualmente proporcionando outras atrações que aliciem a procura do turista ao longo de todo o ano.

Assim, acredito que a Covilhã é uma boa opção de investimento a nível imobiliário. E quando falo em imobiliário não me refiro apenas à construção civil enquanto edifício, mas sim num composto, num todo. Refiro-me à criação de infraestruturas, de vias de comunicação, de complexos de divulgação, de marketing.

A ideia foca-se essencialmente na identificação da carência atual desta cidade e na procura e criação de rentabilidade no investimento e na escolha.

Em síntese, o estudo da atividade turística em Portugal, e particularmente na cidade em questão, veio dissipar todas as dúvidas para a escolha deste tema de dissertação.

# Resumo

Na dissertação é analisada a evolução do turismo em Portugal e os eventuais impactos dos fundos comunitários na procura do turismo nacional, bem como o estudo da carência atual da Cidade da Covilhã, entre outros aspetos importantes para o desenvolvimento da concessão do projeto.

Ao longo dos últimos anos em Portugal têm-se observado um elevado volume de investimentos públicos e privados voltados para a atividade turística. Dentro desse contexto, têm-se destacado os investimentos relacionados à implantação de empreendimentos de grande dimensão que incluem o componente hoteleiro, além de equipamentos de eventos e diversificada infraestrutura de lazer. Estes empreendimentos serão chamados, neste trabalho, de Complexos Turísticos (CT).

Este trabalho traça ainda um breve diagnóstico do desenvolvimento do turismo em Portugal, identificando as principais características deste mercado e apontando alguns dos possíveis impactos e consequências.

## Palavras-chave

Turismo, Economia do Turismo, Resorts, Complexos Turísticos, metodologias de planeamento, complexidade organizacional, Portugal, Covilhã.



# Abstract

The dissertation aims to analyze the evolution of tourism in Portugal and eventual impacts of EU funds in search of Portuguese tourism.

Over the past few years in Portugal have been observed a high volume of public and private investments geared to tourism. Within this context, have highlighted the investments related to the deployment of large scale enterprises that contain the hotel component, and equipment of diverse events and leisure infrastructure. These developments will be called in this job Tourist Complexes (CT).

This paper outlines a brief and updated diagnosis of the development of tourism in Portugal, identifying the main characteristics of this market and suggesting some of the possible impacts and consequences.

The dissertation is divided by chapters, all theoretically substantiated and accompanying illustrations where necessary, each being briefly explained after.

# Keywords

Tourism; Tourism economics; Resort, Tourist complexes; planning methodology; organizational complexity; Portugal; Covilhã.



# Índice

Índice	XIII
Lista de Figuras	XVI
Lista de Tabelas	XVIII
Lista de Gráficos	XX
Lista de Acrónimos	XXII
Introdução	1
<b>1. O Turismo no Mundo</b>	2
1.1. O Turismo e o Turista	2
1.2. O Turismo no Mundo e na Europa	3
<b>2. O Turismo em Portugal</b>	7
2.1. O Impacto Económico do Turismo em Portugal	7
2.2. Produtos Turísticos: O Turismo Tradicional versus Novo Turismo	10
2.3. A Procura Turística em Portugal	12
2.3.1. Principais Emissores	12
2.3.2. Turismo Doméstico	12
2.4. Perspetivas	13
2.5. Análise Crítica	17
<b>3. Gestão Hoteleira</b>	18
3.1. Segurança na atividade turística	19
3.2. Normas de segurança	19
3.2.1. Proteção Contra Incêndios	20
3.2.2. Segurança Alimentar	20
3.2.3. Saneamento e Salubridade	21
3.2.4. Proteção do Meio Ambiente	21
3.2.5. Prevenção Contra Roubos	21
3.2.6. Proteção da Privacidade e dos dados dos Clientes	22
3.3. Relacionamento com as organizações do setor turístico	22
3.4. Conclusão	23
<b>4. Complexos Turísticos Imobiliários - Uma associação de Resorts de uso turístico</b>	24
4.1. Resorts	24
4.2. Resorts e o Uso da Imagem	27
4.3. Resorts e o ecoturismo	28

<b>5. Equipamentos de animação autónoma</b>	29
5.1.Campo de Golf	29
<b>6. Conceito de Complexo Turístico</b>	31
6.1. Pesquisa	31
6.2. Resultado da pesquisa	32
<b>7. História da Covilhã</b>	33
7.1. Oferta Turística na Covilhã	33
7.2. Atividade Imobiliária Turística na Covilhã	34
<b>8. Resultado</b>	36
8.1.Razões	36
<b>9. Local</b>	36
9.1.Razões	36
<b>10. Memória</b>	37
10.1. Introdução	37
10.2. Caraterização da Envolvente	38
10.2.1 Envolvente Urbana	38
10.3. Caraterização da proposta	41
10.3.1. Introdução / Enquadramento	41
10.3.2. Programa	42
10.3.3. Funcionalidade e razões dos espaços	42
10.4. Princípio adotado	45
10.5. Descrição da proposta	47
10.6. Aspetos construtivos	48
10.7. Arranjos exteriores	49
<b>Conclusão e Considerações Finais</b>	50
Bibliografia	52
Anexos	40
Imagens 3D	
Plano Diretor Municipal	
Regulamento do Plano de urbanização da Grande Covilhã. Secção 1 - Centro	
Histórico do Teixoso e zona envolvente	
Portaria n.º 1063/97, 21 Outubro (Proteção contra incêndios)	
Dec.Lei- 113/06, 12 Junho (Segurança Alimentar)	
Planta de Condicionantes - PDM	
Planta de Condicionantes - REN	
Planta de Condicionantes - RAN	
Índice de desenhos técnicos	

# Lista de Figuras

Figura 1      Esquema que representa os objetivos do jogo de Golf



# Lista de Tabelas

Tabela 1	Ranking do número de chegadas de turistas por País
Tabela 2	Contribuição do Turismo para Portugal, em valor absoluto (2005-2014)
Tabela 3	Contribuição do Turismo para Portugal, taxa de crescimento (2005-2021)
Tabela 4	Estimativas e previsões da contribuição do turismo (2011-2021)
Tabela 5	Organograma de uma atividade hoteleira residencial de grande dimensão



## Lista de Gráficos

Gráfico 1	Chegadas Mundiais de Turistas Internacionais (1950-2007)
Gráfico 2	Chegadas de Turistas Internacionais por Regiões (1950-2007)
Gráfico 3	Quota de Chegada de Turistas Internacionais por Regiões
Gráfico 4	Balança Turística dos países da União Europeia (2010)
Gráfico 5	Entrada de Turistas em Portugal (1967-2007)
Gráfico 6	Entrada de Turistas em Portugal e consumo (2001-2011)
Gráfico 7	Pessoal ao serviço nos Estabelecimentos Hoteleiros (1983-2008)
Gráfico 8	Contribuição do turismo para a empregabilidade em Portugal (2001-2011)
Gráfico 9	Capital investido no Turismo em Portugal (2001-2011)



## Lista de Acrónimos

GRP	Gabinete de Relações Públicas
UBI	Universidade da Beira Interior
CAE	Classificação Portuguesa de Atividades Económicas
DGT	Direção Geral do Turismo
NUTS	Nomenclatura de Unidades para fins Estatísticos
PENT	Plano Estratratégico Nacional do Turismo
WTO	World Tourism Organization
QREN	Quadro de Referência Estratégico Nacional
OMT	Organização Mundial do Turismo
PIB	Produto Interno Bruto
UNTWO	United national World Tourism Organization



# Introdução

A dissertação encontra-se dividida por capítulos, fundamentados teoricamente e acompanhados de ilustrações quando necessário, sendo pensados cada um deles e sucintamente explicado de seguida.

O capítulo I diz respeito aos aspetos teóricos relacionados com o tema principal deste trabalho, o Turismo. É desenvolvido este tema, definindo alguns conceitos e apresentando alguns indicadores mundiais e europeus.

No capítulo II faz-se uma análise da evolução do turismo em Portugal e das perspetivas futuras, onde são abordados subtemas como a procura turística, o impacto na economia e na empregabilidade.

Os capítulos III e IV são referentes à gestão hoteleira e aos empreendimentos de grande dimensão que incluem a componente hoteleira, nomeadamente Hotéis, Resorts e Complexos Turísticos. O equipamento de animação autónoma, respeitante aos Campos de Golf é abordado no capítulo V.

O conceito de complexo turístico e a metodologia utilizada verifica-se no capítulo VI.

O estudo económico e oferta turística da Covilhã estão presentes nos capítulos VI seguido pelos capítulos VII e VIII onde são referidas as razões que levaram à escolha desta Cidade e do tema para a dissertação.

Os anexos onde estão incluídos, a memória, os documentos utilizados, bem como as imagens 3D apresentam-se no capítulo X.

A conclusão e as considerações finais remetem-se para o capítulo XI.



# 1. O Turismo no Mundo

## 1.1 O Turismo e o Turista

Segundo a OMT, considera-se como turista qualquer pessoa que passe, pelo menos, 24 horas fora da residência habitual ou pernoite noutra local, no próprio país ou no estrangeiro, num alojamento privado ou coletivo, por motivos que não o exercício de uma atividade remunerada permanente no destino visitado. Em regra, entende-se que lazer e negócios constituem os principais motivos da viagem e, por seu turno, existe um largo consenso quanto ao facto da viagem de negócios implicar uma componente de lazer enquadrável na atividade turística.

Relativamente ao turismo, a mesma organização refere que não só é considerado o tempo máximo de permanência do turista (fora da residência habitual), como também a realização de atividades e, ainda, alguns motivos das atividades que realizam as pessoas durante as suas viagens e estadias em lugares distintos do seu ambiente habitual, por um período de tempo consecutivo, inferior a um ano, com fins de ócio, negócios, saúde e outros.

No entanto existem autores que admitem que o conceito de turismo tem vindo a evoluir e não pode ser considerado estático. Marc Boyer (2000) constatou que, embora se possam encontrar inúmeros trabalhos que abordem a temática do turismo, tem-se negligenciado a sua conceptualização e considera até que o mais difícil tem sido a apresentação de uma definição de turismo e antes de procurar definir o turismo, refere que o seu fundamento tem um carácter histórico e sociológico associado a um determinado tipo de sociedade (industrial e urbana) e a uma determinada fase do processo de desenvolvimento.

É neste sentido que, considerando as situações das sociedades pós-modernas em que a imprevisibilidade é um facto a ter em conta, importa que os planos e estratégias do turismo se possam adequar facilmente à mudança (Cooper, et al., 2001).

Como foi referido, o turismo, entendido na sua aceção atual, surge num determinado contexto sociocultural, ou seja, de modernidade. Hoje não há dúvidas que o turismo está associado à emergência e às mudanças observadas nas sociedades modernas. Pode dizer-se que se encontram associados ao turismo, de uma forma mais ou menos expressa, os seguintes aspetos básicos: o movimento físico (com uma ou mais deslocações) de pessoas a curta, média ou longa distância; a viagem (ou viagens) para alguns destinos mais ou menos determinados e as atividades que são desenvolvidas (na viagem e na permanência); acresce ainda que, subjacente à deslocação e estadia, merecem destaque as estruturas, serviços e produtos criados para satisfazer as necessidades dos turistas em geral (Barros, 2004).

## 1.2. O Turismo no Mundo e na Europa

A expansão do turismo tem a sua origem na Revolução Industrial e está relacionada com três fatores: o aumento dos tempos livres, o progresso e desenvolvimento dos meios de transporte, e a melhoria do nível de vida, principalmente nos países mais desenvolvidos.

A partir do início do século XX, o turismo é considerado como uma atividade economicamente relevante. Apesar de a sua evolução ter sofrido um revês com as I e II Grandes Guerras e com a Crise de 1929, a partir da década de 50 assistiu-se a um crescimento desta atividade até então nunca visto. Enquanto em 1950 o número de chegadas de turistas (totais mundiais) era apenas de 25 milhões, em 2007 o seu valor correspondia sensivelmente a 900 milhões. O gráfico 1 mostra a evolução do número de chegadas mundiais de turistas internacionais, entre 1950 e 2007.

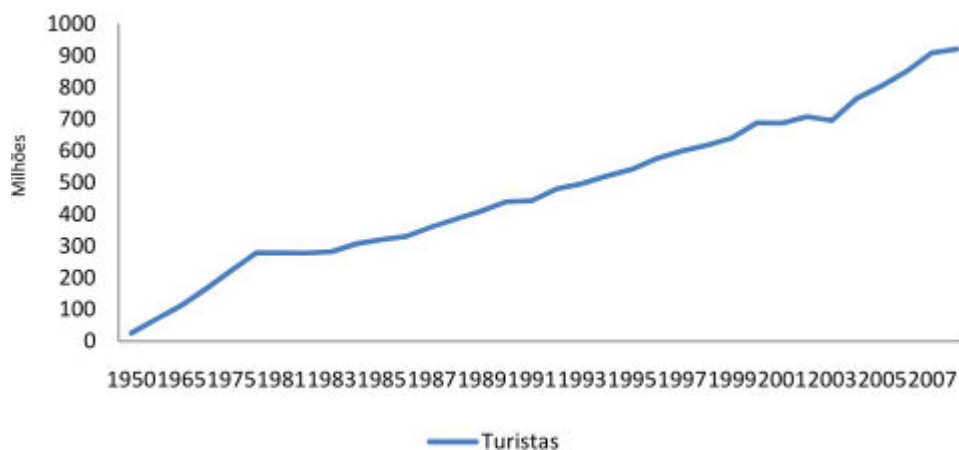


Gráfico 1- Chegadas Mundiais de Turistas Internacionais (1950-2007). Fonte: (UNWTO, 2010), UNWTO World Tourism Barometer.

Como se pode observar, a série regista uma evolução positiva ao longo do tempo. Apenas nos anos 1982, 2001 e 2003 se verificaram regressões em consequência, no primeiro caso devido às restrições aplicadas às viagens na Europa de Leste e Central, por causa do estado de sítio na Polónia e ao clima económico desfavorável e no segundo caso devido não só à conjuntura económica, como também aos atentados de 11 de Setembro de 2001 em Nova Iorque. O retrocesso verificado em 2003, deveu-se essencialmente a três fatores: a guerra no Iraque iniciada em Março de 2003, o aparecimento do vírus Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS), mais conhecido por vírus da “pneumonia atípica” e o adiamento do relançamento da economia mundial.

Durante o ano de 2008, o valor de chegadas internacionais aponta para aos 920 milhões de turistas, mas especialmente nos últimos meses do ano, o turismo foi também afetado devido ao clima de instabilidade económica e financeira que se instalou a nível mundial, pelo que a Organização

Mundial do Turismo (OMT) aponta para 880 milhões, o número de chegadas mundiais de turistas internacionais em 2009 (UNWTO, 2010), o que representa um decréscimo de 4%, em relação ao ano anterior.

Ainda de acordo com a mesma organização, a previsão para o número de chegadas de turistas internacionais será aproximadamente de 1.6 mil milhões em 2020, sendo este 2.5 vezes o volume registado nos finais dos anos 90.

Realizando uma análise do número de chegadas de turistas internacionais por regiões, podemos comprovar que a Europa detém o maior número de chegadas (Gráfico 2).

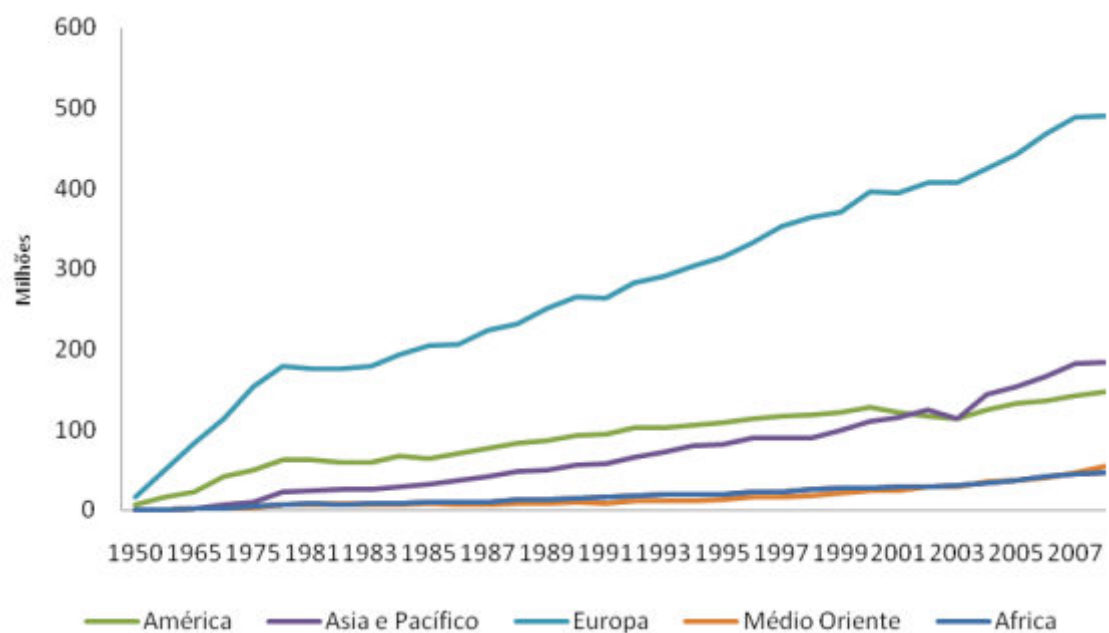


Gráfico 2 - Chegadas de Turistas Internacionais por Regiões (1950-2007). Fonte: UNTWO World Tourism Barometer; UNTWO Tourism Market Trends.

Pela análise da figura podemos ver que a Europa se destaca em relação às outras regiões, ou seja, mais de metade dos turistas internacionais têm como destino a Europa. A Ásia e Pacífico ultrapassaram a região da América já no século XXI, enquanto a África e o Médio Oriente apresentam os valores mais baixos. Se fizermos uma análise da quota das chegadas de turistas por regiões, chegaremos às mesmas conclusões (Gráfico 3).

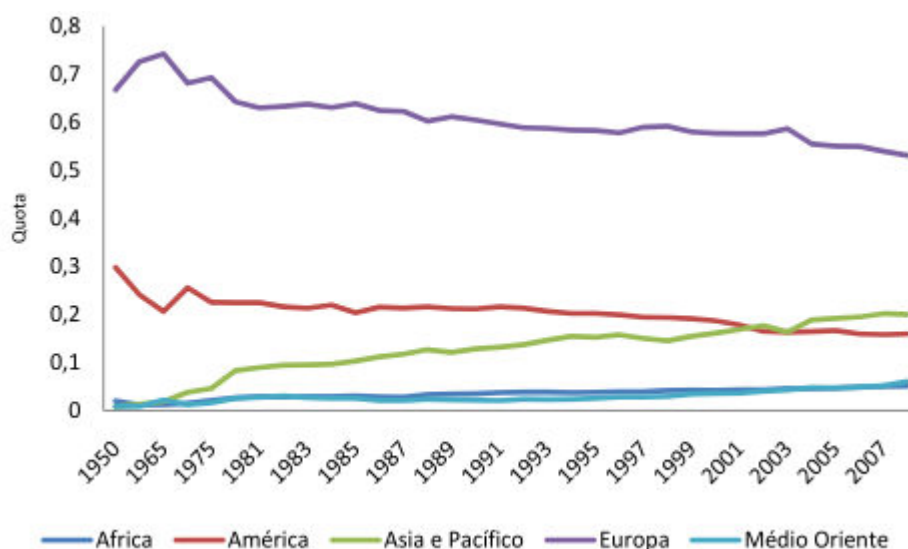


Gráfico 3 - Quota de Chegada de Turistas Internacionais por Regiões. Fonte: UNTWO World Tourism Barometer; UNTWO Tourism Market Trends.

Pela análise do gráfico, podemos verificar que a Europa detém sempre, ao longo de toda a série, mais de 50% do total das chegadas de turistas internacionais, embora essa quota tenha vindo a diminuir ao longo dos anos em benefício de outras regiões, como sejam a Ásia e o Pacífico. Apesar desta diminuição, a verdade é que a Europa continua a ser uma das regiões com maior quota de turistas. Em 2008, a quota da Europa era de 53%, contra 20% da Ásia e Pacífico, 16% da América, 6% do Médio Oriente e 5% da África.

No entanto, apesar da quebra da quota de turistas na Europa em cerca de 10%, desde o início do século XXI, alguns autores reforçam ainda que “A Europa, apesar de ver decair percentualmente a sua quota recetora do turismo internacional, manterá uma posição preponderante” (Silva, 2003, pág. 73).

Como se pode verificar pela Tabela 1, que apresenta de forma respetiva o ranking do número de chegadas mundiais de turistas por país, sete dos dez países que lideram esta tabela são europeus, o que vem reforçar a importância desta região no turismo mundial. Estes países europeus fazem parte de diferentes sub-regiões europeias, daí que também estas tenham diferentes quotas quer no número de chegadas de turistas. Em 2008, dos 487,1 milhões de entradas de turistas na Europa, 12% destinavam-se à Europa do Norte, 31% à Europa Ocidental, 20% à Europa Central e 37% destinavam-se ao Sul da Europa/Mediterrâneo, da qual faz parte Portugal (UNWTO, 2009).

Tabela 1- Ranking do Número de Chegadas Mundiais de Turistas, por País. Fonte: UNTWO (2009).

(Milhões)			
Nº de Ordem	País	2007	2008
1	França	81.9	79.3
2	Estados Unidos	56.0	58.0
3	Espanha	58.7	57.3
4	China	54.7	53.0
5	Itália	43.7	42.7
6	Reino Unido	30.9	30.2
7	Ucrânia	23.1	25.4
8	Turquia	22.2	25.0
9	Alemanha	24.4	24.9
10	México	21.4	22.6

Portugal tem assumido um papel relevante no turismo e tira proveito do clima favorável e da imagem de destino seguro e, por isso mesmo, é considerado um país recetor de turistas e, obviamente, apresenta um saldo turístico<sup>1</sup> positivo. Relativamente aos países da União Europeia, Portugal tem o 6º maior saldo turístico, representando 4,7 mil milhões de euros (Gráfico 4).

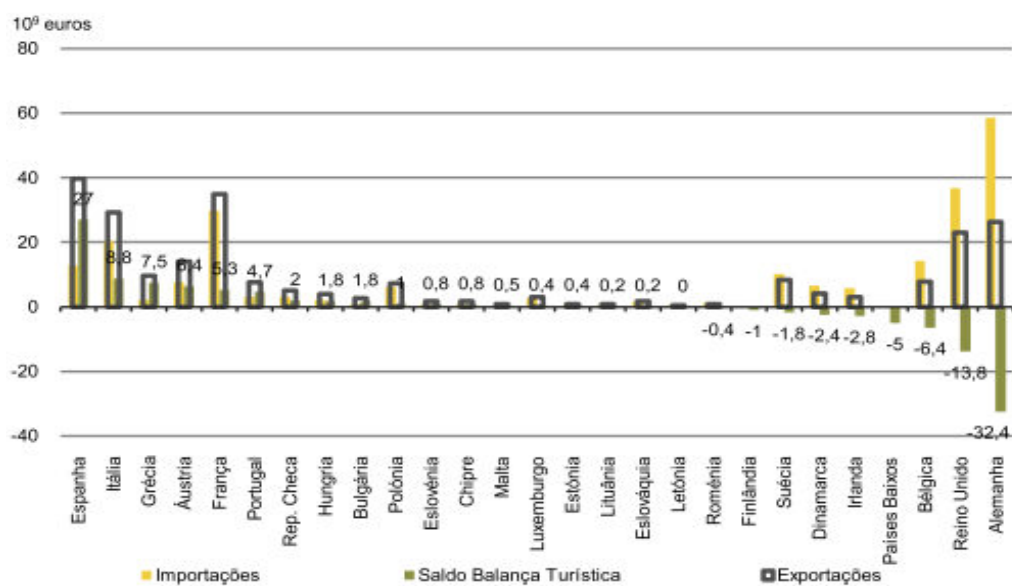


Gráfico 4 - Balança Turística dos países da União Europeia (2010). Fonte: INE, Estatísticas do Turismo (2010).

<sup>1</sup> Corresponde ao saldo entre as receitas dos turistas estrangeiros que visitam Portugal (incoming) e as despesas dos turistas portugueses que se deslocam ao estrangeiro (outgoing)

## 2. O Turismo em Portugal

### 2.1. O Impacto Económico do Turismo em Portugal

É no início da década de 60 do séc. XX, quando o fenómeno turístico apresenta um crescimento intenso a nível mundial que, em Portugal, se começa a criar um ambiente de interesse por este sector. O gráfico 5 apresenta a evolução das entradas de turistas em Portugal entre 1967 e 2007.

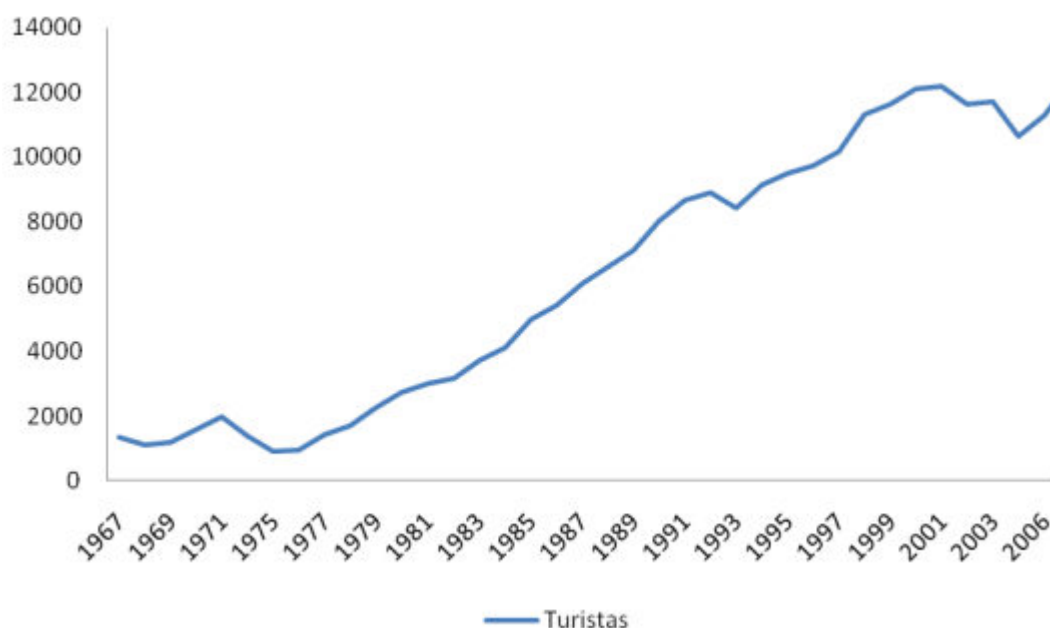


Gráfico 5 - Entrada de Turistas em Portugal (1967-2007). Fonte: Instituto Nacional de Estatística (INE), Estatísticas do Turismo.

Pela análise do gráfico pode-se verificar que houve uma evolução positiva ao longo do tempo. Nos anos de 1974 e 1975, verificou-se um retrocesso devido ao acontecimento político do 25 de Abril. Na primeira metade da década de 90, mais propriamente em 1992-1993, registou-se também um ligeiro retrocesso, que Cunha (1997) atribui à excessiva exploração do produto “sol e mar” e ao aumento do número de competidores do sector, nomeadamente de países que oferecem mesmo tipo de produtos (Sun, Sea and Sand) e, em 2002-2003, pensa-se que essa tendência esteja ainda relacionada com os ataques do 11 de Setembro de Nova Iorque e com a entrada em vigor do euro.

De acordo com a UNTWO e a WTTC, a última década não foi proveitosa para Portugal, já que num horizonte temporal de 10 anos o país manteve sensivelmente o seu número de turistas, cerca de 12 milhões, com oscilações positivas e negativas durante este intervalo.

A análise do gráfico 6 deixa perceber que o WTTC espera que, em 2011, Portugal tenha 12,294 milhões de visitas de turistas, atingindo valores idênticos aos de 2001 e 2007, os melhores anos do país nesse aspeto.

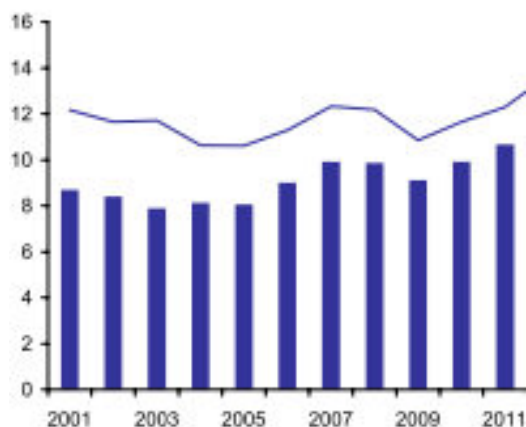


Gráfico 6 - Entrada de Turistas em Portugal e consumo (2001-2011). Fonte: WTTC, Travel & Tourism Economic Impact (2011).

O turismo é uma das atividades económicas mais importantes em Portugal onde, para além do seu impacto na Balança de Pagamentos, no Produto Interno Bruto (PIB) e do seu papel na criação de emprego, investimento e rendimento, é-lhe também reconhecida a função de “motor” de desenvolvimento de outras atividades económicas. O turismo é um dos sectores da economia que tem desempenhado um papel importante na criação de emprego. Apesar do seu carácter sazonal e consequente contratação precária de muitos indivíduos, certo é que, como se pode ver pelo gráfico 7, o número de pessoas ao serviço nos estabelecimentos hoteleiros tem evoluído. Em 2008, o número de pessoas ao serviço nos estabelecimentos hoteleiros era de 47664.

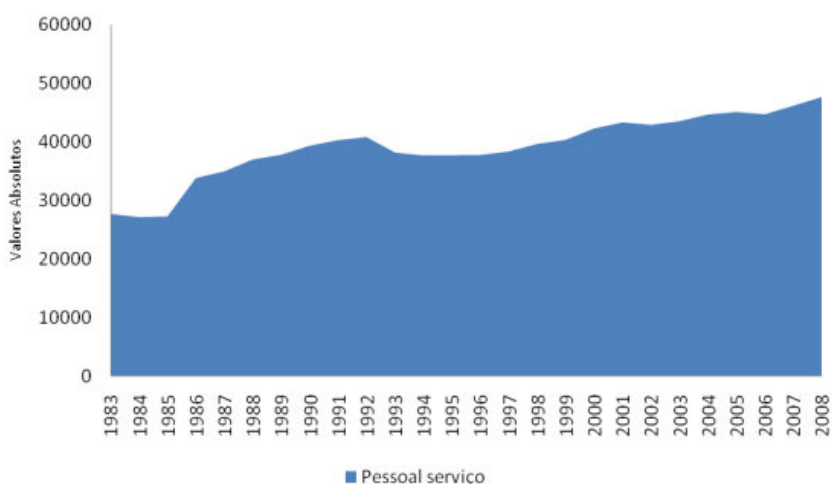


Gráfico 7 - Pessoal ao Serviço nos Estabelecimentos Hoteleiros (1983-2008). Fonte: INE, Estatísticas do Turismo.

Contudo, para a WTTC, o sector turístico em Portugal gerava em 2010 mais de 300 mil empregos. A organização justifica este número porque engloba, para além dos estabelecimentos hoteleiros, agentes de viagem, companhias aéreas e outros serviços de transporte de passageiros (excluindo serviços de transporte regional). As atividades de restaurantes e indústrias de lazer suportadas diretamente pelos turistas também estão aqui incluídas (WTTC, 2011). O gráfico 8 representa a evolução do emprego para a organização, a nível absoluto e em termos percentuais relativamente a toda a economia.

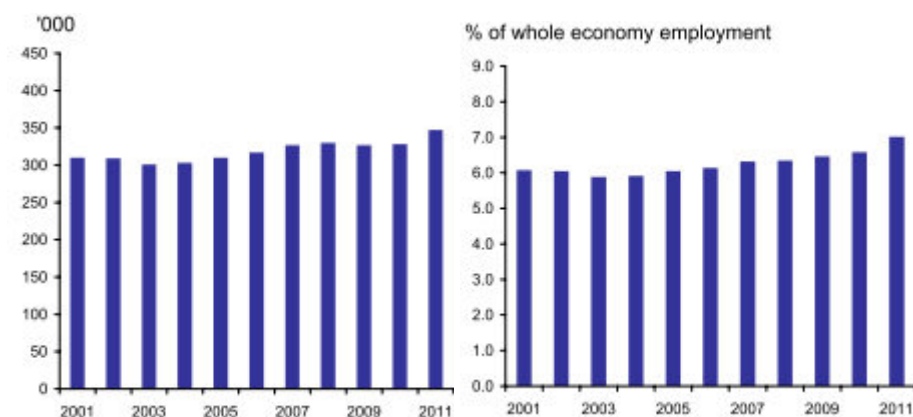


Gráfico 8 - Contribuição do Turismo para a empregabilidade em Portugal (2001-2011). Fonte: WTTC, Travel & Tourism Economic Impact (2011).

Segundo os dados, no ano de 2010, a empregabilidade gerada pelo turismo quase que atingia 7% do total de empregos no país e em 2011 espera-se que o turismo em Portugal consiga ultrapassar esses sete por cento, gerando aproximadamente 347 mil empregos. Já ao nível do investimento realizado no país, a WTTC refere que Portugal aumentou o seu investimento de capital no turismo, em termos relativos de capital total investido na economia, de 4%, em 2001, para o dobro em 2010 (gráfico 9), o equivalente a um valor sensivelmente superior a 2,5 mil milhões de euros.

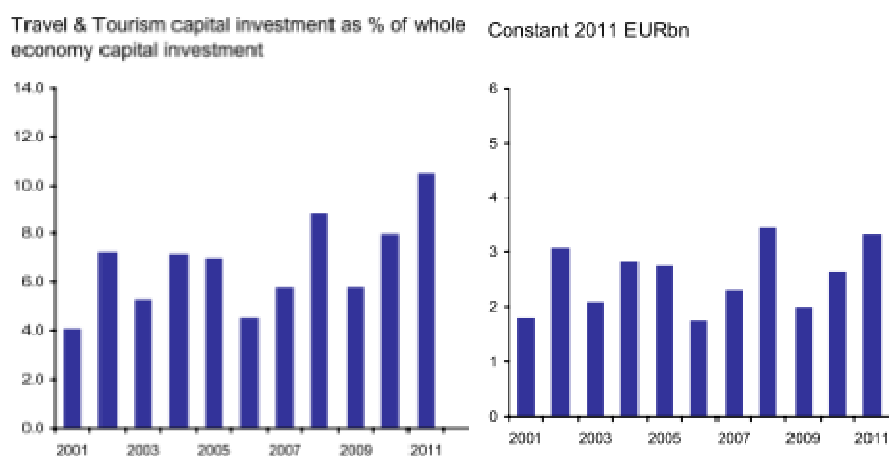


Gráfico 9 - Capital investido no Turismo em Portugal (2001-2011). Fonte: WTTC, Travel & Tourism Economic Impact (2011).

De acordo com os gráficos, pode-se perceber que o valor absoluto de investimento não aumentou muito, em 2001 foi pouco menos de 2 mil milhões de euros, o que nos indica que o valor total investido no país tem estado a diminuir, mas esses fundos tem cada vez mais sido canalizados para o turismo.

## **2.2. Produtos Turísticos: O Turismo Tradicional versus Novo Turismo**

Portugal centrou essencialmente a atividade turística num único produto desde a década de 60 do séc. XX: o produto tradicional “Sol e Mar”, mais conhecido pelo turismo dos 3 “S” - Sun, Sea and Sand.

A necessidade de responder à pressão competitiva de países como Espanha, França, Turquia e Grécia e de atender não só aos valores pessoais dos turistas, mas também ao fortalecimento da cultura e preservação do património, dá lugar a um “Novo Turismo” caracterizado pelos 3 novos “S” - Sophistication, Specialization and Satisfaction (Cunha L. , 1997).

Para tal, tem-se procurado diversificar a oferta de produtos no sentido de, por um lado, combater a extrema dependência do turismo “Sol e Mar” e, por outro, harmonizar o aproveitamento do espaço territorial português. O “Plano Estratégico Nacional de Turismo” 2006-2015 (PENT) é disso exemplo. O plano está dividido em 5 grandes eixos de estratégia:

1. Eixo I - “Território, Destinos e Produtos” onde se procuram desenvolver novos produtos e novos polos de atracção turística (regiões);
2. Eixo II - “Marcas e Mercados” em que se pretende o desenvolvimento da marca “Portugal Turismo”, ou a marca Allgarve, assim como a abertura a novos mercados;
3. Eixo III - “Qualificação de Recursos Humanos” cuja principal objetivo é a qualificação dos serviços, recursos humanos e destinos;
4. Eixo IV - “Distribuição e Comercialização” - a divulgação através de portais on-line de destinos a visitar no nosso país, é um dos exemplos do que este eixo pretende;
5. Eixo V - “Inovação e Conhecimento” - é um eixo que dá ênfase à Tecnologia e à Investigação & Desenvolvimento, no sentido de se obterem melhores conhecimentos nesta área.

Este plano foi elaborado com o objetivo de servir de base à concretização das ações definidas para o crescimento sustentado do Turismo nacional nos próximos anos. Traduz-se numa visão ambiciosa e estratégica para o sector, que pretende essencialmente tornar Portugal num dos destinos de maior crescimento na Europa, através das características distintivas e inovadoras do país, apostando no desenvolvimento baseado na qualificação e competitividade da oferta, transformando-o num dos motores de crescimento da economia nacional.

O desenvolvimento, através da qualificação e aumento de competitividade, bem como a oferta de novos produtos permite ainda atenuar outra característica do turismo, a sazonalidade. Butler (1994, pág. 332) define sazonalidade como um “desequilíbrio temporal no fenómeno do turismo que pode ser expresso em certos elementos, tais como, dimensões de número de visitantes, despesas de visitantes, tráfego nas autoestradas e outras formas de transporte e emprego”.

Assim, o estudo da distribuição anual das correntes turísticas mostra que elas ocorrem com maior intensidade em certas épocas do ano, estando profundamente ligadas às condições climatéricas, às épocas de férias, aos hábitos, às profissões, às idades e aos esquemas de férias adotados pelos empregadores (Cunha L., 1997).

A medida de sazonalidade é dada pelo grau, ou taxa de sazonalidade, que se obtém relacionando o número de entradas, ou das dormidas, ocorrido nos meses de maior fluxo, com o total de entradas, ou das dormidas, durante todo o ano.

A sazonalidade é uma das principais características do turismo e Portugal não foge à regra. Apesar dos esforços que se têm feito no sentido de atenuar esta característica, a verdade é que as motivações “Sol e Mar” continuam ainda a ser as dominantes da procura turística, daí que seja nos meses mais quentes que o país seja mais procurado pelos turistas e o número de dormidas nos estabelecimentos hoteleiros aumente. Assim, pode-se facilmente concluir que é nos meses de Julho, Agosto (principalmente) e Setembro, que se registam os valores mais elevados da ocupação dos estabelecimentos hoteleiros (INE, 2010). O desenvolvimento e diversificação da oferta tem também como objetivo a diminuição desta característica, de que são exemplo os produtos já referidos anteriormente.

Tem-se, contudo, consciência que dadas as características do país, a sazonalidade continuará a ser sempre muito marcada no turismo, pelo que deve ser tida sempre em conta no desenvolvimento de estudos nesta área.

## **2.3. A Procura Turística em Portugal**

### **2.3.1. Principais Emissores**

Em 2010, estes cinco países representavam um total de 67,1%, do total das dormidas de estrangeiros dos estabelecimentos hoteleiros. Os turistas do Reino Unido ocupam o primeiro lugar do ranking. Seguem-se por ordem decrescente os turistas alemães, espanhóis, holandeses e franceses. Se analisarmos ainda a estadia média dos principais países emissores, chegaremos à conclusão que o Reino Unido é o país cujos turistas permanecem mais dias nos estabelecimentos hoteleiros, seguido da Holanda e Alemanha. Os turistas franceses e espanhóis são os que apresentam estadia média mais baixa. No entanto, os turistas da Holanda, da Alemanha e do Reino Unido, têm vindo a diminuir a sua estadia média ao longo do tempo (INE, 2010).

Em conjunto, estes países foram responsáveis por mais de 65% do total das receitas do turismo. Mas, em 1970, esta quota era de 44% e em 1990 de 58%. Desses países, o Reino Unido é o principal gerador de receitas, tendo em 2008 atingido 1 640 375 milhares de euros, seguido da França com 1 200 581 milhares de euros. A Espanha, Alemanha e Países Baixos ocupam o terceiro, quarto e quinto lugares enquanto países geradores de receitas (INE, 2010).

### **2.3.2. Turismo Doméstico**

Embora se associe com frequência turismo à deslocação de pessoas de uns países para outros, assumem, no entanto, particular importância as deslocações para efeitos turísticos, dentro do país de residência, de um sujeito turístico, ou seja, o chamado, turismo doméstico.

Como se tem observado, o turismo dos portugueses é caracterizado por um elevado nível de sazonalidade. Ou seja, uma parte daqueles que se deslocam para fora da sua residência habitual, para fins turísticos, fazem-no em épocas do ano muito limitadas (Barros, 2004).

É de notar que, não obstante, o gozo das férias constituir uma prática generalizada entre os europeus ainda não possui expressão muito significativa em Portugal. Tal facto é comprovado por vários estudos realizados. Mais de 70% das dormidas na hotelaria em Portugal são geradas por mercados externos, com destaque para Reino Unido e Alemanha. O Algarve não só constitui o principal destino turístico em Portugal, como continua a registar ganhos de quota de mercado (Correia, et al., 2007).

Contudo, esta procura tem-se revelado cada vez mais importante ao longo dos anos. Um estudo da DGT (2005) revela que, em 1981, a percentagem de portugueses que gozava férias fora da residência era de 28% mas, em 2003, esse valor já atingia os 52%. Para termos uma ideia da sua evolução, enquanto em 1980 o número de dormidas dos portugueses nos estabelecimentos hoteleiros era de 6307,9 milhares, em 2008 o seu valor já era de 13023,7 milhares.

Continua a ser nos meses de Verão (principalmente Agosto) que as dormidas de portugueses nos estabelecimentos hoteleiros registam valores mais elevados, facto que se prende com a circunstância da maioria das pessoas fazerem turismo durante a época de férias. Convém notar que tem observado a seguinte tendência: diversificação do mercado e fracionamento das férias, o que leva as pessoas a viajarem por períodos mais curtos e por diferentes motivos, com destaque para os meses de Março e Abril, que coincidem com as festividades da Páscoa (Barros, 2004).

O interesse pela procura turística interna tem sido crescente, pelo que não é de estranhar que uma das principais metas do PENT seja precisamente o “Acelerar o crescimento do turismo interno”.

## 2.4. Perspetivas

O turismo é de facto um sector bastante importante e com uma atividade económica bastante relevante para o país, daí o interesse pelo seu estudo. Os proveitos da hotelaria bateram recordes em 2007 e 2008 e chega-se à mesma conclusão quando se analisam as receitas do turismo (Turismo de Portugal, 2010).

A competitividade turística do país em relação ao resto do mundo tem melhorado nos últimos tempos. Enquanto, em 2007, Portugal ocupava o 22º lugar no índice de competitividade do Fórum Económico Mundial, em Março de 2008 ocupava o 15º lugar. Um dos fatores que o índice avalia são os “Recursos Humanos, culturais e naturais” e Portugal em 2008 estava na 11ª posição, enquanto no ano anterior ocupava a 30ª posição (UNWTO, 2010).

Relativamente ao futuro do país, a OMT e WTTC realizaram estimativas e previsões.

Dos resultados apresentados, podemos perceber que a contribuição direta para o PIB foi na ordem dos 8 mil milhões de euros, ao longo dos anos, esperando-se ultrapassar os 9 mil milhões em 2011, enquanto globalmente, estima-se chegar aos 25 mil milhões.

No que diz respeito ao emprego, desde 2005 que foram criados mais de 15 mil empregos diretamente relacionados com o turismo e espera-se que no final de 2011 haja um aumento na ordem dos 20 mil. A nível global esta contribuição foi mais significativa, esperando-se a criação de mais de 70 mil novos postos de trabalho para 2011.

Tabela 2 - Contribuição do Turismo para Portugal, em valor absoluto (2005-2021). Fonte: WTTC, Travel & Tourism Economic Impact (2011).

Portugal (EURbn, nominal prices)	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011E	2021F
<b>Direct Contribution of Travel &amp; Tourism to GDP</b>	7.3	7.8	8.6	8.7	8.3	8.7	9.2	13.9
<b>Total Contribution of Travel &amp; Tourism to GDP</b>	20.6	20.8	23.0	24.5	22.4	23.9	25.7	38.2
Portugal Employment impacts ('000)	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011E	2021F
<b>Direct Contribution of Travel &amp; Tourism to employment</b>	309.9	316.8	326.7	329.9	326.7	328.0	347.2	416.6
<b>Total Contribution of Travel &amp; Tourism to employment</b>	828.2	792.2	830.3	884.4	821.3	841.3	910.9	1071.2

2011E: Estimativa para 2011; 2021F: Previsão para 2021

A previsão da WTTC, como se pode verificar na tabela 2, para o ano de 2021 é que se consigam gerar receitas superiores a 38 mil milhões de euros e se ultrapasse a barreira de 1 milhão de empregos relacionados, direta e indiretamente, com o turismo.

Analisando estes dados numa perspetiva de crescimento relativo, podemos afirmar que a contribuição direta para o PIB nacional, desde 2005, seguiu uma tendência positiva, com exceção de 2009 devido à crise. No entanto, a prestação total já é algo diferente da direta, visto que em 2006 houve um desinvestimento, tanto privado como público, o que levou este ano a ter um valor negativo. Outra diferença é a crescimento no ano de 2008, isto porque neste ano ocorreram avultados investimentos privados no país.

Em termos de empregabilidade, podemos verificar que o crescimento foi uma constante todos os anos, excetuando 2009 já pelas razões conhecidas. Analisando em termos de contribuição total verifica-se a descida foi algo abrupta, superando os 7%, neste ano.

No entanto, nem tudo foram más notícias, visto que no final de 2011 assistiu-se a aumentos de 5,9%, diretamente relacionados com o turismo, e de 8,3%, em contribuição total.

Tabela 3 - Contribuição do Turismo para Portugal, taxa de crescimento (2005-2021). Fonte: WTTC, Travel & Tourism Economic Impact (2011).

Portugal	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011E	2021F <sup>2</sup>
<b>Growth<sup>1</sup> (%)</b>								
<b>Direct Contribution of Travel &amp; Tourism to GDP</b>	-0.4	3.8	7.0	-0.1	-5.4	3.6	3.6	2.6
<b>Total Contribution of Travel &amp; Tourism to GDP</b>	-0.4	-1.9	7.7	4.3	-8.9	5.3	5.7	2.4
Portugal	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011E	2021F
<b>Employment impacts ('000)</b>								
<b>Direct Contribution of Travel &amp; Tourism to employment</b>	2.3	2.2	3.1	1.0	-1.0	0.4	5.9	1.8
<b>Total Contribution of Travel &amp; Tourism to employment</b>	0.0	-4.4	4.8	6.5	-7.1	2.4	8.3	1.6

<sup>1</sup> 2005-2011: Crescimento real anual ajustado à inflação (%); 2011-2021 crescimento real anualizado ajustado à inflação (%)

Adivinha-se um futuro positivo para Portugal nesta matéria porque, à exceção de 2009, que foi um ano negativo em todos os sectores e não só em Portugal, a tendência foi um aumento generalizado de receitas e de crescimento, tendo sido 2007 e 2008 anos excepcionais onde se bateram recordes de receitas e crescimento, tanto para o PIB, como para o emprego.

De facto, se analisarmos, para estes anos, todos os pontos que englobam a contribuição do turismo para o crescimento do país, há um deles que se realça de todos os restantes pelo enorme desenvolvimento que teve. No entanto, torna-se importante comparar os dados de Portugal a outras regiões para perceber a tendência geral. Assim, e segundo as organizações de excelência neste ramo, encontra-se na Tabela 4 a estimativa para 2011 e previsão para 2021 de Portugal, da Europa e do Mundo sobre os impactos no PIB e na e empregabilidade das respetivas economias.

Tabela 4 - Estimativas e Previsões da Contribuição do Turismo (2011-2021). Fonte: WTTC, Travel & Tourism Economic Impact (2011).

PORTUGAL	2011			2021		
	EURbn <sup>1</sup>	% of total	Growth <sup>2</sup>	EURbn <sup>1</sup>	% of total	Growth <sup>3</sup>
Direct contribution to GDP	9.2	5.3	3.6	11.8	5.9	2.6
Total contribution to GDP	25.7	14.7	5.7	32.6	16.2	2.4
Direct contribution to employment <sup>4</sup>	347	7.0	5.9	47	8.0	1.8
Total contribution to employment <sup>4</sup>	911	18.4	8.3	1,071	20.6	1.6
Capital investment	3.3	10.5	26.4	4.8	12.7	3.8
EUROPE	2011			2021		
	US\$bn <sup>1</sup>	% of total	Growth <sup>2</sup>	US\$bn <sup>1</sup>	% of total	Growth <sup>3</sup>
Direct contribution to GDP	554.5	2.8	2.7	746.2	2.9	3.0
Total contribution to GDP	1,535.3	7.7	1.8	1,999.9	7.8	2.6
Direct contribution to employment <sup>4</sup>	9,709	2.6	1.3	11,153	3.0	1.4
Total contribution to employment <sup>4</sup>	28,058	7.7	0.3	30,338	8.1	0.8
Capital investment	144.1	3.8	4.6	214.2	3.9	3.9
WORLDWIDE	2011			2021		
	US\$bn <sup>1</sup>	% of total	Growth <sup>2</sup>	US\$bn <sup>1</sup>	% of total	Growth <sup>3</sup>
Direct contribution to GDP	1,850	2.8	4.5	2,861	2.9	4.2
Total contribution to GDP	5,991.9	9.1	3.9	9,226.9	9.6	4.2
Direct contribution to employment <sup>4</sup>	99,048	3.4	3.0	120,427	3.6	2.0
Total contribution to employment <sup>4</sup>	258,592	8.8	3.2	323,826	9.7	2.3

<sup>1</sup> Preços e taxas de câmbio constantes de 2011; <sup>2</sup> Crescimento real ajustado pela inflação de 2011 (%); <sup>3</sup> Crescimento real anualizado entre 2011-2021 ajustado à inflação (%); <sup>4</sup> Em milhares.

Pela análise da tabela 4 relativamente a 2011, verificamos que Portugal, em princípio, terá um crescimento acima da média europeia, tanto a nível de contribuição para o PIB como de empregabilidade. Já comparando à média mundial, este crescimento também é maior, embora não tanto acentuado como na Europa. Porém, ao nível do investimento no sector, tanto a Europa como o Mundo registarão o mesmo crescimento, 4,6%, contrastando com os enormes 26,4% esperados por Portugal, o que nos indica que este é mesmo um sector estratégico para o país e que se vai continuar a apostar fortemente nele.

Relativamente ao futuro, mais concretamente em 2021, a WTTC prevê uma diminuição do peso da indústria do turismo no PIB e no emprego em Portugal e, sendo mais ligeira, no Mundo, ao contrário da Europa que terá uma ligeira subida na tendência de crescimento nessas áreas que Barros associa “ao crescimento e consolidação de países como Malta, Chipre, Grécia e Turquia” (Barros, 2004).

## 2.5. Análise Crítica

É só a partir da década de 50 do século XX que se assiste a um forte crescimento do sector turístico mundial. De facto, enquanto em 1950 o número de chegadas de turistas internacionais era apenas de 25 milhões, em 2008 o seu valor correspondia a 820 milhões.

Atualmente, o turismo é responsável por 30% do total das exportações mundiais de serviços comerciais e por 6% de todas as exportações de bens e serviços. Globalmente, na categoria de exportações, o turismo ocupa o 4º lugar, logo após os combustíveis, químicos e produtos automóveis (UNWTO, 2010).

Relativamente a Portugal, prevê-se que atinja os 18,3 milhões de entradas de turistas estrangeiros em 2020. Atualmente, o turismo em Portugal é uma das atividades mais importantes. Os principais países emissores de turistas para Portugal são a Alemanha, a Espanha, a França, a Holanda e o Reino Unido. A Espanha, é na realidade, responsável por quase metade dos turistas estrangeiros que entram nas fronteiras portuguesas e, no conjunto, estes cinco países são responsáveis por mais de quatro quintos dessas entradas, o que torna o nosso país muito dependente de um número reduzido de mercados.

Em regra, a dependência de um número restrito de mercados é encarada como uma preocupação. No entanto, outra leitura pode ser feita se entendermos que uma elevada diversificação pode significar uma maior aleatoriedade em termos de procura e, a dependência de poucos mercados, como neste caso, uma grande fidelidade por parte dos turistas.

Em 2007, ano de entrada em vigor dos fundos europeus, e 2008 bateram todos os recordes de receitas, níveis de empregabilidade e investimento, direta e indiretamente relacionadas com o turismo. Estes resultados parecem confirmar que o QREN veio potenciar o crescimento deste sector em Portugal, principalmente na vertente do investimento privado.

O turista está cada vez melhor informado sobre os destinos turísticos e é cada vez mais exigente. “A oferta tem que se adaptar às necessidades de uma clientela com origens muito diferenciadas e à intensificação da concorrência, que obriga os destinos a reforçarem o seu carácter distinto e único” (Cunha, 1997, pág. 31).

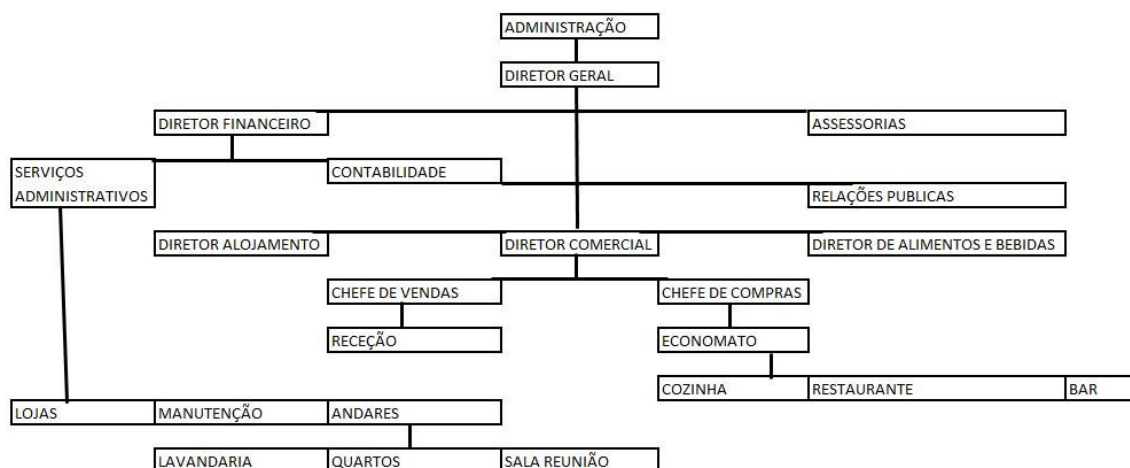
É inegável que Portugal, em relação ao turismo, tem tirado proveito de algumas das suas especificidades: o clima bastante favorável e da imagem de destino turístico seguro, aliados à existência de uma população acolhedora, de comunicação fácil e de destinos tradicionais bem implementados e definidos. Consideram-se estes os fatores que têm determinado a diferenciação de Portugal em relação à maioria da concorrência e, como tal, devem ser potencializados.

No entanto, também se pensa que existirem muitas potencialidades e recursos que não estão a ser devidamente aproveitados para o desenvolvimento e crescimento do turismo no país. A dinamização e diversificação da oferta de recursos turísticos ainda não devidamente promovidos e dotados de infraestruturas, tais como complexos turísticos ou estâncias termais, a promoção de outros segmentos de turismo, que não o “Sol e Mar”, como o turismo religioso, de saúde ou de natureza, são oportunidades que permitirão não só a harmonização do aproveitamento do espaço territorial português, mas também a atenuação da sazonalidade.

### 3. Gestão Hoteleira

“Organizar ou estruturar uma organização consiste em definir que funções competem a cada colaborador com quem e como se deve relacionar em termos horizontais e verticais.” (Cardoso, 1999, pág.132)

Tabela 5 - Organograma de uma atividade hoteleira residencial de grande dimensão. Fonte: Cardoso L. (1999), Gestão Estratégica das Organizações.



O turismo evoluiu apartir da estruturação da sociedade industrial, à qual esteve sempre ligado, transformando-se ao paradigma das conquistas sociais das ultimas gerações constituindo, desde há largos anos, uma atividade simétrica ao trabalho, racionalizando o ritmo de vida das sociedades mais desenvolvidas, um balanço sazonal entre trabalho - habitat e férias-viagens.

### **3.1. Segurança na atividade turística**

Como explica Maslow (1954), a segurança constitui uma das necessidades básicas do Homem. O turismo carece de segurança para nascer e se desenvolver, constituindo qualquer “nível” de insegurança, num qualquer destino turístico, razão para a diminuição do número daqueles que o procuram.

Estes princípios implicam a obrigação da existência de normas que nos estabelecimentos turísticos garantem a segurança em relação a:

- Proteção contraincêndios;
- Segurança alimentar;
- Saneamento e Salubridade;
- Proteção do meio ambiente.

Bem como outras ações complementares, tais como:

- Prevenção contra roubos e furtos;
- Proteção da privacidade e dos dados dos clientes;
- Objetos perdidos pelos clientes.

### **3.2. Normas de Segurança**

O ordenamento jurídico que rege os empreendimentos turísticos é o resultante do Decreto-lei n.º 39/08, 7 de Março com as alterações introduzidas pelo Decreto-lei n.º 228/09, 14 Setembro, o que remete para o regime jurídico da urbanização e da edificação e para as normas técnicas de construção aplicável às edificações em geral, designadamente em matéria de segurança contraincêndios, saúde, higiene, ruído, eficiência energética, a construção e o funcionamento dos empreendimentos turísticos.

Há que salientar que, para além, destas normas jurídicas, são também aplicáveis em Portugal as normas comunitárias que tem sido publicadas sobre a proteção dos turistas.

### **3.2.1. Proteção contraincêndios**

A portaria n.º 1063/97, 21 de Outubro na sequência dos diplomas atrás mencionados, aprovou as medidas de segurança contra risco de incêndio aplicáveis na construção, instalação e funcionamento do empreendimento turístico e dos estabelecimentos de restauração e bebidas.

De salientar que, como consequência desta norma, é obrigatória a existência em todos os estabelecimentos hoteleiros de um Plano de Segurança completamente aprovado.

Para garantir a realização destes objetivos, a referida portaria define a obrigação dos estabelecimentos hoteleiros satisfazerem as seguintes exigências:

- Estabelecer caminhos de evacuação do estabelecimento;
- Garantir a estabilidade dos elementos estruturais do edifício do estabelecimento em relação ao fogo;
- Não utilizar materiais altamente inflamáveis nos revestimentos de paredes, tetos e dos pavimentos, bem como na decoração de interiores;
- Dispor de equipamentos técnicos (instalações elétricas, de gás, de ventilação, de aquecimento) e de aparelhos que funcionem em boas condições de segurança;
- Dispor de sistemas de alarme e de alerta apropriados;
- Dispor de iluminação e sinalização de segurança;
- Dispor de adequados meios de controlo de fumo;
- Aficar em lugares adequados instruções de segurança;
- Organizar a instrução adequada do pessoal relativamente às ações a desenvolver em caso de fogo.

### **3.2.2. Segurança Alimentar**

Regulamento da comunidade Europeia nº 85204, 29 de Abril e pelo Decreto-lei 113/06, 12 de Junho.

A segurança alimentar é um objetivo assente num conjunto de obrigações:

- Higiene pessoal;
- Higiene das instalações;
- Higiene alimentar.

### **3.2.3. Saneamento e Salubridade**

Trata-se não só de dar cumprimento às normas legais aplicáveis, face à tipologia de cada unidade hoteleira, quer em relação ao tratamento de esgotos, quer na procura de garantir os procedimentos adequados à salvaguarda da saúde dos clientes.

As ações importantes a considerar são:

- Controlo da bactéria legionella;
- Controlo de ácaros e alergénicos;
- Controlo de pragas.

### **3.2.4. Proteção do meio ambiente**

As ações a desenvolver nesta área irão depender quer da tipologia do hotel, quer da localização, sendo relevante as seguintes:

- Recolha seletiva de lixos;
- Sistema de poupança de água e de energia;
- Utilização de produtos amigos do ambiente.

### **3.2.5. Prevenção contra roubos e furtos**

A segurança dos clientes que implica um controlo de entradas de um hotel é da responsabilidade do gestor, que para tal, deverá recorrer em função das características da unidade hoteleira à panóplia de meios que hoje estão ao seu dispor, de que são exemplos:

- Cofres individuais em habitações;
- Cofre no hotel (na portaria);
- Circuitos internos de televisão, cuja instalação carece da autorização da entidade competente;
- Chaves eletrónicas para as habitações;
- Recursos as empresas de segurança para controlo das entradas e áreas adjacentes.

### **3.2.6. Proteção da privacidade e dos dados do cliente**

A privacidade dos clientes de uma unidade hoteleira constitui um dos princípios básicos da hotelaria e resulta da conjugação de duas circunstâncias:

- O cliente, após a realização do check-in e no decurso da sua estadia, adquire direitos, entre os quais o da privacidade.
- O hoteleiro deve considerar que o quarto que alugou, durante o tempo de duração desse contrato, passou a ser a residência, ainda que temporária do cliente.
- Residência que há que respeitar desde que o cliente lhe dê o adequado uso.

### **3.3. Relacionamento com as organizações do setor turístico**

Importa realizar uma breve reflexão sobre as relações que uma unidade hoteleira deve estabelecer com as diferentes organizações existentes no setor turístico.

#### **Associações de municípios**

São associações pelas quais os municípios transferiram parte da sua competência na área do turismo, nomeadamente relativa à promoção turística. De referir que a legislação atualmente em vigor aporta para a obrigação da existência de planos de promoção conjunta (PPC) que implicam a necessidade de uma participação do setor privado no funcionamento das ações promocionais a desenvolver por estas entidades.

Sendo muito diferenciada a atividade desenvolvida pelas diversas regiões existentes é de salientar o trabalho desenvolvido em duas áreas:

- Ações promocionais

Destacam-se as presenças em feiras de turismo e as reuniões promocionais com os agentes de viagens - designados workshops - em que os hotéis habitualmente estão inseridos.

- Estudos de mercado

É de salientar o importantíssimo trabalho realizado pela Associação de Turismo de Lisboa, em que para além das autarquias da mesma região, participam entidades e que divulga através do seu sítio.

### 3.4. Conclusão

A hotelaria é uma atividade que, exigindo conhecimentos técnicos significativos, também necessita de qualidade humana, capazes de criar equipas competentes e de dar ao serviço produzido um rosto humano.

Um rosto humano tanto mais importante quanto mais se caminhar para uma hotelaria que utilize todas as novas tecnologias, todas as inovações que vão surgindo, por força da uniformidade e impessoalidade que estas geram.

Na certeza de que, agora e no futuro, a necessária diferenciação, que resulta da criatividade, do estudo e da atenção que permitem a inovação, dependerá, sempre, dos pequenos detalhes, das pequenas alterações, dos pequenos gestos, do sorriso, do acolhimento humano que se colocar na produção do serviço hoteleiro.

Segundo José Portugal Catalão, presidente da direção da Associação dos Diretores de Hotéis de Portugal:

*“Vivemos numa era de constante mudança a todos os níveis e em todos os setores da economia de que a hotelaria não são exceção.*

*Crise? Talvez não. Atrevo-me a afirmar que estamos perante um “virar de página”, tempos modernos em que a margem de erro é muito curta. Ou quase nulo e em que as verdades de hoje se questionam amanhã e se altera de um dia para o outro desafiando a sagacidade e a alteração daqueles que a querem vencer.*

*O fator de globalização que nesta atividade é fortemente manipulada pelo constante desenvolvimento das nossas tecnologias de informação. Pelos canais de distribuição on-line e redes sociais, aliado à facilidade de deslocação que as ligações aéreas hoje oferecem, requer do atual gestor hoteleiro uma atualização permanente das suas competências e a perspicácia necessária para se adaptar a mudanças tão diversas como inesperadas como os fatores da natureza, guerras e atentados, crises políticas e económicas, que em tudo fazem dirigir qualquer estratégia de marketing a cada instante.*

*(...) Um planeamento adequado, uma gestão rigorosa e devidamente sustentada das diversas valências de uma unidade hoteleira e um bom sentido de acolhimento de serviços são fortes fatores de determinantes para o sucesso de um empreendimento turístico.” (Cardoso,1999, p.154)*

# 4. Complexos Turísticos imobiliários - Uma associação de Resorts de uso turístico

## 4.1. Resorts

Os grandes complexos hoteleiros, como os Resorts, têm causado grandes impactos nocivos ao meio ambiente natural. Os estudiosos em turismo têm defendido cada vez mais a sustentabilidade aplicada à atividade turística, como forma de melhor gerenciar o uso e a conservação dos recursos ambientais. Os investimentos na criação dos Resorts estão aumentando cada vez mais, seguindo o aumento da demanda por este produto. Este é, portanto, um assunto atual e pertinente, pois a falta de planejamento no uso dos bens naturais pela atividade turística e pelo ser humano, pode resultar na devastação completa dos recursos naturais.

As áreas naturais espalhadas por todo o território nacional representam um grande fator de atratividade turística, principalmente para turistas internacionais. A preocupação acerca da conservação destas áreas deve ser pertinente, fazendo da conscientização de todas as pessoas envolvidas no turismo, através de uma Educação Ambiental, a solução para um melhor usufruto dos bens naturais. Utilizar nossas riquezas naturais como matéria-prima para fomento do nosso produto turístico tem dado resultados positivos do ponto de vista econômico, mas do ponto de vista ambiental, o uso indiscriminado tem-nos demonstrado que nossos recursos estarão escassos em muito pouco tempo.

De acordo com Rosa e Tavares (2002, p.102) os hotéis Resort constituíram-se, nos últimos 25 anos, em um dos maiores segmentos em expansão do turismo de lazer e mesmo do turismo como um todo.

Segundo Rosa e Tavares:

*Os Resorts podem ser definidos como hotéis de lazer, situados fora dos centros urbanos, em locais que tenham alguma forma de atrativo natural, e que sejam autocontidos. A última expressão significa que esses hotéis devem oferecer aos hóspedes serviços diferenciados, de modo a estimulá-los a permanecer no hotel a maior parte do tempo. (2002, p. 87).*

Os Resorts, como são abordados no livro *The Resort Development Book* (SCHWANKE et al., 1997, p. 4), abrangem três características primárias:

- São empreendimentos, planeados, desenvolvidos e correntemente operados por uma empresa privada;
- Oferecem proximidade e fácil acesso a cenários naturais e/ou culturais, de excepcional beleza que se constituem num dos principais atrativos dos destinos;

O mercado de Resorts é fortemente segmentado, embora os hotéis se concentrem nas categorias média e superior (uma vez que a oferta de serviços diversificados, que caracteriza os Resorts, é incompatível com diárias reduzidas) e os Resorts são normalmente afiliados a redes hoteleiras, sendo relativamente raros, nessa atividade, os estabelecimentos independentes. Isso decorre, provavelmente, da demanda, por parte dos hóspedes, de certo nível de padronização dos serviços. (ROSA;TAVARES, 2002, P.102)

*“A natureza desses serviços é um dos principais fatores de diferenciação dos Resorts. Assim os restaurantes - é comum serem mais de um -, devem ser agradáveis e, de preferência, especializados. Os hotéis devem oferecer, igualmente, numerosas atividades de lazer, como desportos náuticos (vela, pesca de oceano, esqui aquático), golfe, ténis, equitação. É frequente, além disso, a organização de formas de entretenimento noturno (como festas temáticas) e de atividades de lazer direcionadas para as crianças. São comuns, igualmente, os casinos, em países nos quais a legislação permite jogos de azar. A maior parte dos Resorts denominados de apoio a destino situa-se em locais que apresentam interesse turístico. A aplicação mais completa do conceito, entretanto, é formada pelos Resorts destino, ou seja, hotéis que se constituem no próprio destino do turista. Os Resorts destino normalmente oferecem uma gama mais ampla de serviços e atividades recreativas.” (ROSA; TAVARES, 2002, p.85/104)*

Rosa e Tavares (2002, p.88) fazem uma breve revisão histórica do desenvolvimento do conceito de Resort no mundo na qual destaca duas etapas distintas (após a segunda guerra mundial) marcadas pela forte expansão do turismo acompanhada do surgimento do turismo de massa.

Segundo os autores esse fenómeno deveu-se a múltiplas causas, como o aumento contínuo da renda pessoal, generalização das férias pagas, urbanização, redução nos custos de transporte, etc. As duas etapas foram separadas pelas duas crises provocadas pelo aumento dos preços do petróleo nesse período.

No interior do segmento de Resorts foi notável o crescimento do fluxo turístico direcionado aos chamados Resorts destino, que são caracterizados pela grande oferta de serviços e de entretenimento e que são, em si, o objetivo de viagem de turismo.

*“A localização geográfica dos Resorts destino é bastante diversificada, embora predominem os hotéis situados no litoral, em regiões de clima tropical ou mediterrâneo. Destacam-se, em particular, as ilhas do Caribe e, com desenvolvimento mais recente, alguns pontos da Tailândia e da Indonésia. Estes Resorts geralmente pertencem a cadeias hoteleiras, havendo inclusive cadeias especializadas nesse tipo de hotelaria.”*  
(ROSA;TAVARES, p. 102)

Segundo Shwanke (et al, 1997, p.5) existem quatro tipos de Resort destino: Resorts de praia, Resorts em lagos/rios, Resorts em estações de esqui e Resorts com campos de golfe. Ainda segundo o autor, os Resorts descritos como "Resorts destino" podem ser caracterizados e distinguidos dos "Resorts regionais" a partir de cinco critérios principais: a proximidade aos geradores de demanda primários, os motivos pelos quais o hóspede escolhe o Resort, a frequência com que o mesmo hóspede visita o Resort, o tempo de permanência e a qualidade da infra- estrutura.

Os Resorts regionais, por outro lado, estão frequentemente localizados a duas ou três horas dos seus geradores de demanda primários e não estão posicionados de maneira a que atraiam visitantes de locais distantes. Os hóspedes em geral viajam de carro, visitam frequentemente o mesmo Resort e as permanências em geral são curtas (finais de semana ou até quatro dias). (SCHWANKE et al., 1997, p. 5)

Existe ainda outro tipo de Resorts, os chamados Resorts Ecológicos. Estes funcionam como um complexo ecoturístico, com prefixo "eco" por: primeiramente, usufruir os bens ecológicos, ou naturais, agregando paisagens naturais, bem como a fuga de volta à natureza, de necessidade do ser humano que hoje vive primordialmente em centros urbanos; mas também - esta a inovação necessária - por qualificar ambientalmente melhor os cidadãos que dele participam, seja como turistas ou profissionais envolvidos na gestão. Esta "Cidadania Ambiental" que deve passar a ser exercitada, depende de diferentes atividades em diferentes tempos e níveis de uma Educação Ambiental, portanto, quase permanente.

Uma mega estrutura requer muito espaço e investimentos vultuosos de capital, o que pode, a curto prazo, ser sinônimo de prejuízo já que, numa simples análise econômica, grandes estruturas necessitam de muitos turistas com auto poder aquisitivo e, além disso, causam grandes impactos ambientais. O produto destinado realmente ao ecoturismo definitivamente não combina com grandes complexos, mas com empreendimentos de pequeno porte. Com esta concepção de tamanho reduzido é que se baseia o projeto do Resort Ecológico.

Na definição para Turismo Ecológico podemos dizer que ecoturismo é um segmento da atividade turística que utiliza de forma sustentável o patrimônio natural e cultural, incentivando sua conservação, buscando a formação de uma consciência ambientalista e promovendo o bem-estar das populações.

## 4.2. Os Resorts e o Uso da Paisagem

O turismo tem um aspeto urbanizador. As atrações naturais são insuficientes para satisfazer o turista, que têm que ser complementadas com outras facilidades turísticas e infraestruturas de suporte. O desenvolvimento turístico acelerado e sem o enquadramento de linhas de orientação e planeamento levam frequentemente àquilo que é conhecido como poluição visual ou arquitetónica. (Mathieson and Wall, 1982)

Na visão de Mathieson and Wall, o mal uso da paisagem resulta na justaposição de edifícios com diferentes estilos arquitetónicos e a falha na integração das infraestruturas com as diferentes características do ambiente natural. O recurso a materiais de construção pouco próprios, nas superfícies externas, é outro fator que contribui para a poluição visual devendo ser privilegiados os materiais locais. O uso de publicidade desenquadrada, bem como a proliferação de cabos de eletricidade e linhas telefônicas aéreas, antenas (elementos pouco atrativos), traduzem outros tantos fatores de poluição visual.

Inskeep (1991), autoridade no planeamento, defende que devem ser incorporados no design urbano todos os elementos de design local e que se deve promover a consistência com as características do ambiente natural. Deverá ainda ser privilegiada uma arquitetura paisagística apropriada para a atratividade do Resort sem denegrir o aspeto funcional. A arquitetura paisagística e aparência do ambiente total devem incluir e respeitar os seguintes elementos:

- Plantas: deverão, sempre que possível, ser utilizadas plantas endêmicas que crescem bem no ambiente natural e reforçam o caráter natural do local, podendo no entanto ser utilizadas plantas exóticas.
  - Cursos de água: estes deverão ser concebidos de forma a permitir manutenção e conservação da água (por exemplo, reciclagem de água usada nas fontes ornamentais e quedas de águas).
  - Passagens: deverão, para além das questões de segurança, ter um enquadramento estético.
  - Iluminação: também a este nível deverão ser privilegiadas as questões de segurança, sem esquecer o elemento estético, nomeadamente, contribuindo para realçar os edifícios em paisagem.
- De forma a garantir uma integração equilibrada, Inskeep defende, também, que deverão ser definidos e respeitados outros critérios, nomeadamente:
- Distâncias mínimas requeridas entre edifícios (importante sentido de abertura e espaço suficiente para paisagem, privacidade e questões de segurança). O não respeito deste critério provoca a obstrução da vista cênica;
  - Distâncias mínimas requeridas em relação à linha de costa de 30 a 50 metros podendo ser superior a 50 metros em função das circunstâncias;
  - Criação de parques de estacionamento nas ruas;
  - Fornecimento de largos espaços para estacionamento de autocarros;
  - Critérios de densidade, os quais não deverão exceder determinados limites sob pena de prejudicar a harmonia do projeto. Refira-se por exemplo, que a densidade máxima no Resort Quinta do Lago não ultrapassa as 80 pessoas por hectare;

- Limite da altura dos edifícios. Aspeto particularmente importante influenciando o carácter do destino turístico. Altera a visibilidade e expectativas dos turistas que pretendem uma mudança ambiental relativamente aos seus lugares de origem;

O não cumprimento destes critérios leva, em última análise, à perda do carácter único do território, fator de vital importância na formação de atrativos turísticos.

### 4.3. Os Resorts e o Ecoturismo

O ecoturismo visa promover a prática do turismo com a conservação do meio ambiente. Hoje está claro que o fator de sustentabilidade é o que gera o desenvolvimento da atividade ecoturística e que viabiliza a preservação da natureza e os seus diversos ecossistemas, que são os produtos consumidos pelos turistas ecológicos. **Os Resorts agregam um pouco destes valores do turismo, pois são COMPLEXOS TURÍSTICOS criados dentro de áreas naturais, absorvendo suas paisagens e matérias-primas.**

Os ecoturistas são pessoas admiradoras da natureza pura. Eles podem ter diversos interesses, desde a prática de desportos até o estudo científico dos ecossistemas naturais. Como afirma Yázigi (2001) que nós não somos ecoturistas, nós estamos ecoturistas. Há uma visão focada na ideia de que o ecoturismo ainda é visto de forma errada e que muito ainda deve ser feito para que os escassos bens naturais não sejam completamente degradados por iniciativas mal sucedidas.

Os turistas que consomem o produto Resort, não são necessariamente amantes da natureza, mas consomem, direta ou indiretamente os bens naturais, gerando, assim, impactos no meio natural onde se encontra instalado o Resort. O funcionamento do turismo em áreas naturais envolve extrema cautela. A conscientização das populações que residem em áreas turísticas, acerca do funcionamento e benefícios do turismo, é de grande valia para o desenvolvimento da atividade, bem como a conscientização dos turistas e empreendedores turísticos, para a preservação ambiental.

A implantação de grandes complexos turísticos em áreas naturais requer ainda mais cuidados. O impacto causado nas áreas naturais é considerável quando um hotel de médio a grande porte, como são os Resorts, são implementados em regiões naturais de praias e albufeiras.

O conceito de turismo sustentável, como um fenómeno de desenvolvimento, vem sendo debatido desde a década passada. O termo sustentável vem sendo utilizado desde os últimos 20 ou 30 anos, originado dos antigos modelos de planeamento urbano. Como o turismo para ser sustentável deve atender às necessidades dos turistas atuais sem comprometer a possibilidade do usufruto dos recursos pelas gerações futuras, temos que ter consciência de que muitas mudanças devem ser feitas nos numerosos tipos de turismo para que estas prerrogativas passem a ser uma realidade na atividade.

No caso dos Resorts, a sustentabilidade deve ocorrer para que sejam potencializadas as virtudes da atividade da demanda, que é composta pelos turistas consumidores do produto Resort e minimizados os impactos negativos. O planeamento do uso e preservação sempre deve existir, pois o

planeamento é um processo sem fim. Mesmo sendo o complexo Resort o maior causador dos impactos nas áreas naturais, direcionar o capital obtido pelo consumo deste produto para a manutenção da natureza e população local também é estar implementando a sustentabilidade.

## 5. Equipamentos de animação autónoma

### 5.1. Campo de Golf

O golfe pode ser jogado individualmente ou em grupos de dois a quatro jogadores e tem como particularidade a ausência de um “adversário” propriamente dito; o único adversário do golfista é o próprio campo, uma vez que não há nada que ele possa fazer no sentido de dificultar o desempenho de outros jogadores. O resultado depende de seu esforço individual e sorte e cada golfista luta para baixar a sua pontuação total no campo. Em competições oficiais, é proibido um golfista falar com outros jogadores acerca do jogo. Já em jogos entre amigos, é normal o golfista mais experiente dar “dicas” aos menos experientes.

Não há um campo de golfe igual a outro. Por isso, cada campo é um novo desafio. Há campos no meio de desertos, em regiões montanhosas, em planícies, em regiões costeiras, etc. Um campo de golfe pode ser construído em qualquer terreno, plano ou sinuoso, de textura arenosa, ou outra, desde que o solo seja devidamente preparado, para nele se poder semear a relva.

Os campos normalmente são formados por conjuntos de 9 ou 18 buracos. Um campo de golfe oficial ocupa cerca de 1 milhão de metros quadrados. O percurso total de 18 buracos, geralmente, tem cerca de seis quilômetros de extensão em linha reta e demora perto de quatro horas e meia para ser concluído. Por essa razão, o golfe é um excelente desporto para promover a sociabilização e fazer amigos. Não é raro multinacionais incluírem em suas exigências profissionais questões referentes à prática de golfe por parte do candidato a emprego, uma vez que grandes negócios são fechados em campos de golfe.

Os principais campos de golfe do mundo são desenhados por grandes projetistas, como os estilistas de moda, contribuindo para a fama do campo. Cada buraco é planeado para testar a habilidade dos jogadores - há buracos considerados fáceis e outros difíceis, conforme a complexidade. O buraco pode estar atrás de uma curva, em cima de um morro, no meio de um lago, ou, simplesmente, num campo aberto de fácil acesso. Normalmente no tee (local de saída), há um mapa para que o jogador prepare a melhor estratégia para chegar ao buraco.

O objetivo do jogo é a de avançar a bola através do campo de jogo, utilizando o menor número de tacadas possível. Cada buraco é constituído por uma área de saída chamada TEE e por uma área de chegada chamada GREEN, onde fica o buraco em que o jogador acerta sua bola

concluindo o jogo no buraco que está jogando. E assim sucessivamente, até acertar a sua bola no buraco 18, onde termina o jogo.

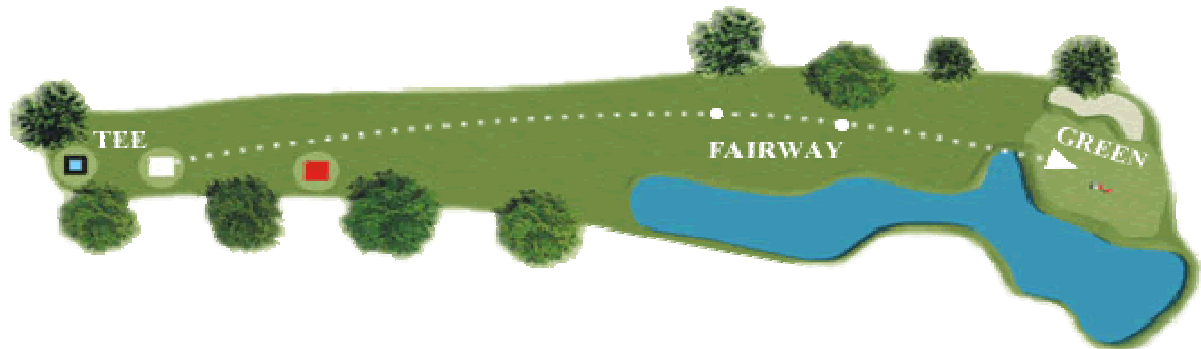


Figura 1 - Esquema que representa os objetivos do jogo de Golf.

A distância entre a área de saída e a de chegada de cada buraco é chamado percurso (fairway) e tem comprimentos específicos, todos diferentes entre si. Por isso diz-se que um buraco é par 3 outro par 5 e ainda par 4, cada um tem uma distância pré determinada. A medida oficial das distâncias no jogo de golfe é a jarda, que é menor que um metro, só vale 91,4 cm. O percurso de um buraco visto por cima apresenta os seguintes elementos:

- TEE

Local de saída

- FAIRWAY

Região de relva baixa onde é fácil para o jogador dar a próxima tacada; pode ser entrecortado por rios, lagos, bancos de areia (bunkers) e outros obstáculos (hazards) para dificultar o progresso do jogador

- ROUGH

Região de relva alta, onde é difícil bater a bola

- GREEN

Local de relva rasteira e muita aparada, com altura média de 2 mm, onde fica o buraco .

## 6. Conceito de Complexo Turístico

Trata-se de empreendimentos de grande envergadura, que apresentam instalações e serviços variados como meios de hospedagem, condomínios, equipamentos de desporto, lazer e outros. Estão situados em áreas delimitadas, onde já existia uma natural vocação de recreação.

### 6.1. Investigação

Segundo o PENT, Plano Estratégico Nacional de Turismo, os produtos base de crescimento para o Centro são o Touring e o Turismo de natureza completados por quatro produtos - Resorts integrados e Turismo Residencial e o Golf, a saúde e bem-estar e gastronomia e vinhos no conjunto da Região. De salientar o polo da Serra da Estrela, para aumentar a percentagem de turistas estrangeiros.

Propostas de potenciais ações a aprofundar - Centro

- Principais ações a desenvolver:
  - Potenciar o desenvolvimento de Resorts
  - Desenvolver o polo Serra da Estrela
- Fatores distintos:
  - Campo Golf
  - Gastronomia
  - Património natural
  - Monumentos Históricos e Religiosos
  - Parques naturais
- Ações Transversais:
  - Qualificar a oferta turística
  - Melhorar a acessibilidade rodoviária
  - Reforçar a qualidade de serviço

O polo turístico da Serra da Estrela compreende toda a área do Parque natural e o território envolvente, tendo sido criado para se tornar no destino de neve de referência no mercado português, desenvolvendo economicamente uma região marcada pela intensidade de procura. A criação do polo turístico da Serra da Estrela visa o desenvolvimento de um destino diversificado em torno da neve, da natureza e do património para o mercado nacional, aproveitando os recursos da Serra da Estrela, contribuindo também para o desenvolvimento económico da zona e constituindo uma real alternativa para aos pequenos Resorts de montanha de Espanha. O polo circunscrito pela NUTS Serra da Estrela Beira Interior Norte, abrange toda a área do Parque natural da Serra da Estrela e Municípios circundantes com importantes recursos naturais, culturais e paisagísticos.

Deverão ser desenvolvidos dois produtos no Polo: Touring e Turismo de Natureza. O mercado alvo da Serra da Estrela é o mercado nacional onde o polo se diferencia por ser o único destino de neve. O Polo carece de uma diversificação e melhoria dos seus acessos, nomeadamente os alojamentos hoteleiros multissegmentada, visando os diferentes tipos de procura do polo e desenvolvidas rotas turísticas e serviços de apoio ao turista para o aproveitamento das características específicas da Serra da Estrela.

## 6.2. Resultado da investigação

De acordo com as informações do Boletim Trimestral da Comissão de coordenação e desenvolvimento regional do Centro (CCDRC):

*“O sector do turismo revelou, no primeiro trimestre de 2010, um maior dinamismo em comparação com os trimestres anteriores, o que se refletiu no aumento do número de hóspedes e de dormidas, tanto na região como no país. Relativamente aos proveitos resultantes da atividade turística, o cenário foi mais positivo na Região Centro do que em Portugal.*

*(...) No primeiro trimestre de 2010, os estabelecimentos hoteleiros em Portugal e na Região Centro acolheram um maior número de hóspedes do que em igual período do ano anterior.”*

*“A evolução da atividade turística no segundo trimestre de 2010 foi positiva na Região Centro, contrastando com o verificado em Portugal para o qual, dos cinco indicadores analisados relativos ao turismo, apenas o número de hóspedes em estabelecimentos hoteleiros teve um crescimento homólogo. A melhoria na atividade turística da região vem dar continuidade aos sinais que se têm vindo a fazer sentir no corrente ano.*

*(...) Os proveitos totais dos estabelecimentos hoteleiros, no segundo trimestre do ano, ascenderam em Portugal a 158 milhões de euros, tendo a Região Centro contribuído com 10,3% dessa faturação, ou seja, registando 16 milhões de euros.”*

*“O sector do turismo evidenciou uma melhoria no terceiro trimestre de 2010, a avaliar pelo crescimento homólogo registado em quatro dos cinco indicadores analisados.*

*(...) No terceiro trimestre de 2010, o número de hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros portugueses ascendeu a 1.568 mil indivíduos, o que representou um crescimento homólogo de 7,7%.*

*(...) As melhorias na atividade turística, no terceiro trimestre de 2010, foram também observadas ao nível dos proveitos, quer totais quer de aposento.”*

*“A atividade turística registou uma retração, no quarto trimestre de 2011, tanto em Portugal como na Região Centro. A redução do número de hóspedes e de dormidas, comparativamente com igual período do ano anterior, resultou num decréscimo homólogo real quer dos proveitos totais quer dos proveitos de alojamento, o qual foi bastante mais acentuado na Região Centro do que a nível nacional.”*

*“A atividade turística, apesar de continuar em quebra no primeiro trimestre de 2012, registou, no Centro de Portugal, uma evolução mais favorável do que no trimestre anterior, traduzida por uma melhoria na variação homóloga dos proveitos totais e de aposento e por um crescimento homólogo das dormidas.”*

## **7. Covilhã**

### **7.1. Oferta turística na Covilhã**

A Covilhã é uma cidade acolhedora do centro de Portugal, que alia uma história milenar a um dinamismo social, repleto de contemporaneidade e futuro. É neste sentido que esta urbe dinâmica e universitária, possuidora de uma forte vida económica e social, vitalidade cultural e desportiva, procura oferecer a quem a visita um vasto conjunto de equipamentos desportivos e socioculturais, hotelaria, infraestruturas de saúde, para além das conceituadas e reconhecidas envolventes ambientais e humanas.

A riqueza da oferta turística no setor da multimédia encontra-se nos seguintes lugares: Cinemas Castello Lopes onde os estudantes, habitantes e visitantes podem estar a par do desenvolvimento desta arte que é o Cinema; O Teatro Municipal da Covilhã e Beiras e o Teatr'UBI - Grupo de Teatro da Universidade da Beira Interior recebem inúmeras vezes artistas tanto nacionais como internacionais que nos aliciam a crescer culturalmente e ainda ajudam ao desenvolvimento dos estudantes, principalmente sendo da mesma área; A Associação de Artes Performativas da Covilhã bem como a ASTA - Associação de Teatro e Outras Artes visam desenvolver culturalmente esta Cidade.

Há ainda para conhecer o Museu Municipal de Arte e Cultura, a Tinturaria -Galeria de Exposições, Museu do Queijo, o Museu de Lanifícios, o Museu do Vinho onde se encontram diversas exposições que conduzem à história da Covilhã.

A Casa dos Magistrados, Biblioteca Municipal, Biblioteca Central da Universidade da Beira Interior, bem como a Universidade recebem principalmente estudantes com a finalidade de encontrar resultado para as suas dúvidas e pesquisas bem como outras pessoas que sentem curiosidade em as conhecer melhor.

As Igrejas e outros Monumentos Históricos são o alvo para os turistas visitarem, não descurando de outras ofertas.

## 7.2. Atividade imobiliária turística na Covilhã

Na Covilhã existem vários empreendimentos turísticos, todos eles com características próprias que serão apresentadas a seguir:

- **Serra da Estrela Hotel**, nas Penhas da Saúde

Localizado apenas a 10 minutos de carro da Estância de Esqui Vodafone, o Hotel Serra da Estrela disponibiliza uma escola de esqui e atividades desportivas ao ar livre durante todo o ano.

O Serra da Estrela Hotel inclui um spa totalmente operacional com serviços de massagem e uma banheira japonesa. Pode-se desfrutar de passeios a cavalo e de caminhadas pela paisagem natural do Parque Natural da Serra da Estrela onde existem disponíveis motos-quatro e bicicletas para alugar.

- **Hotel Dos Carqueijais**, na Serra da Estrela

Com uma localização maravilhosa na Serra da Estrela e vistas panorâmicas sobre o Vale da Cova da Beira, este Resort de montanha apresenta uma arquitetura única com uma decoração moderna e uma piscina exterior.

O Hotel Dos Carqueijais fica apenas a 10 minutos de carro da Estância de Esqui Vodafone, que possui teleféricos e escolas de esqui. A cidade da Covilhã encontra-se a 10 minutos de carro e existe estacionamento gratuito no local.

- **Chales de Montanha**, na Serra da Estrela

O Chalés de Montanha está localizado num Resort de montanha na região da Covilhã, no centro da Serra da Estrela. Disponibiliza vistas panorâmicas sobre as montanhas, bem como um spa com uma banheira de hidromassagem e serviço de massagens.

As opções de relaxamento no Spa Dharma incluem uma piscina interior e uma gama de terapias de massagens e aromaterapia.

O Chalés de Montanha - Serra da Estrela fica apenas a 10 minutos de carro da Estância de Esqui Vodafone, onde os hóspedes podem desfrutar de uma variedade de desportos de Inverno, tais como esqui, snow-board e trenó.

- **TRYP Dona Maria Hotel**, na Covilhã

Situado nos arredores da cidade histórica da Covilhã, o TRYP Dona Maria possui vistas deslumbrantes sobre o Vale da Cova da Beira e sobre as montanhas circundantes. O centro de beleza e bem-estar do hotel, o New Academy, dispõe de banheira de hidromassagem, ginásio, sauna e banho de vapor. Os hóspedes também podem utilizar a piscina interior.

O centro da cidade fica apenas a 2 km, e merece ser visitado devido às suas praças históricas, à câmara municipal e à Igreja de Santa Maria.

- **Hotel Santa Eufémia**, na Covilhã

O Hotel Santa Eufémia apresenta quartos decorados com bom gosto e estacionamento gratuito apenas a 5 minutos de carro do centro da Covilhã. A estação de esqui da serra mais alta de Portugal, a Serra da Estrela, está situada a 20 km.

Os hóspedes têm acesso gratuito à piscina e à banheira de hidromassagem do hotel vizinho.

O S. Eufémia dispõe de armazenamento de equipamento de esqui e os seus funcionários podem ajudar os hóspedes a planear as suas atividades de esqui na área.

- **Hotel Turismo, da Covilhã**

O Hotel Turismo apresenta o Natura Clube & Spa, onde são realizados vários tratamentos de beleza e massagens terapêuticas. Este encontra-se a 3 km do centro da cidade de Covilhã.

- **Hotel Solneve, na Covilhã**

O Solneve, situado apenas a 10 km das pistas de esqui da Serra da Estrela, apresenta uma acomodação relaxante no centro da Covilhã.

Os hóspedes poderão nadar na piscina ou reservar uma massagem. O restaurante do Solneve serve uma seleção de pratos regionais.

O Solneve está situado na praça municipal da cidade, em frente à câmara municipal.

- **Covilhã Parque Hotel**

Situado no coração da Covilhã, o Covilhã Parque Hotel situa-se a 6 kms de distância do Parque Nacional Serra da Estrela.

A paisagem e serras circundantes do Covilhã Parque Hotel são perfeitas para caminhadas, escalada e esqui. Os hóspedes podem jogar um relaxante jogo de bilhar na sala de jogos do hotel.

O Fundão está a 22 km do Covilhã Parque Hotel e Manteigas está a 27 km.

- **H2otel Congress & Medical SPA, em Unhais da Serra**

Este hotel está localizado numa aldeia escondida no Parque Natural da Serra da Estrela. Apresenta uma grande piscina paisagística e é especializado em tratamentos de spa e de bem-estar.

Cada quarto exhibe vistas panorâmicas para o campo. A equipa de funcionários do Medical SPA poderá organizar várias massagens e atividades de lazer. O hotel possui um centro de fitness e piscinas interior e exterior, que estão ligadas e rodeadas por cascatas e formações rochosas.

O H2otel Congress & Medical SPA está situado a 20 km da Covilhã e a 36 minutos de carro das Penhas da Saúde.

- **Alambique de Ouro Hotel Resort, no Fundão**

Este hotel combina arquitetura clássica com amenidades luxuosas, numa localização tranquila fora do Fundão. O Alambique de Ouro Resort disponibiliza 2 piscinas, 2 campos de ténis e uma banheira de hidromassagem.

O Alambique de Ouro inclui instalações de sauna e de banho turco, assim como uma escolha de piscinas interiores e exteriores. Também existe uma sala de jogos, equipada com mesas de bilhar.

Estes são os empreendimentos mais conhecidos e procurados na Covilhã. Dotados de características atrativas para os turistas, estes Hotéis diferenciam-se deste projeto Complexo Turístico devido à sua oferta para os turistas. Para além de spa e/ou serviços de massagens termais, equipamentos de desporto e/ou campos de ténis e ginásios, bem como piscinas exteriores e interiores, este Complexo Turístico oferece ainda sala de jogos, com variados equipamentos de jogos usualmente presentes em casinos e, ainda, um campo de golf de modo a atrair outra “elite” de turistas.

# 8.Resultado

## 8.1.Motivo

O balançar de números, crescentes e decrescentes, de acordo com o Boletim CCDRC e os resultados obtidos pelo PENT, relativamente à atividade turística no Centro de Portugal, confirmam as razões que levaram à escolha deste tema para a Dissertação.

É preciso melhorar e evoluir Portugal. Fazer da região Serra da Estrela mais que um destino turístico forte, na procura de férias na neve, mas também do calor e das regalias que esta Cidade oferece. A Beira Interior tem muito mais para oferecer do que só neve. Esta Cidade é rica em património, gastronomia, história, parques naturais e também temperaturas elevadas.

Criar um complexo turístico desta envergadura é muito mais do que criar um novo hotel, como tantos outros nesta cidade, que se limitam a receber os hóspedes para pernoitar. Este projeto consiste em fazer mais por esta cidade, dar a conhecer mais da Beira Interior e ainda fazer crescer economicamente a atividade turística em Portugal.

# 9.Local

## 9.1. Motivo

Sendo a Covilhã a Cidade de eleição para tema desta Dissertação/Projeto, foi necessária uma análise aprofundada para a escolha exata do local.

De acordo com Regulamento do Plano Diretor Municipal da Covilhã e após uma reunião com Departamento de Urbanismo da Câmara Municipal da mesma Cidade, o local escolhido foi Teixoso, mais concretamente Terlamonte, pois este encontra-se inscrito numa área para “Espaços especiais de infraestruturas turísticas”.

Outrora, segundo informação do Departamento de Urbanismo da Covilhã, esteve para ser concretizado um projeto de um Complexo para praticar Golf. Este não sendo viabilizado e depois de ter sido objeto de estudo por parte do Município, fez com que a escolha deste local residisse no mesmo.

Em anexo, encontra-se a planta do Plano Diretor Municipal, onde se confirma o anteriormente referido.

# 10. Memória

## 10.1. Introdução

A presente memória descritiva refere-se ao projeto para a Dissertação de Mestrado, cujo tema é Complexo Turístico - Novas ofertas turísticas na Covilhã, situado em Teixoso - Terlamonte.

No âmbito da arquitetura este projeto visa contribuir para Portugal, mais concretamente a Beira Interior.

Sendo a Covilhã uma cidade escolhida como destino turístico principalmente no Inverno, houve o cuidado de criar e desenvolver as restantes condições que apelem à visita, à estadia, ao consumo e ao retorno do turista em diferentes alturas do ano.

Ao criar um complexo turístico que envolva o golf, procura-se alargar o âmbito de procura de turistas, nomeadamente os golfistas.

A criação de infraestruturas, de vias de comunicação, de complexos de divulgação, de marketing são uma boa opção de investimento no desenvolvimento da atividade imobiliária.

A ideia foca-se essencialmente na identificação da carência atual desta cidade e na procura e criação de rentabilidade no investimento e na oferta.

## 10.2. Caracterização da Envolvente

### 10.2.1. Envolvente Urbana

Este projeto insere-se em Teixoso - Terlamonte, ao abrigo do Plano Diretor Municipal, num espaço especial para infraestruturas turísticas.

Localiza-se junto à estrada do Carregal, a 1,3Km da estrada Nacional 18 que faz ligação com a A23, na saída número 31.

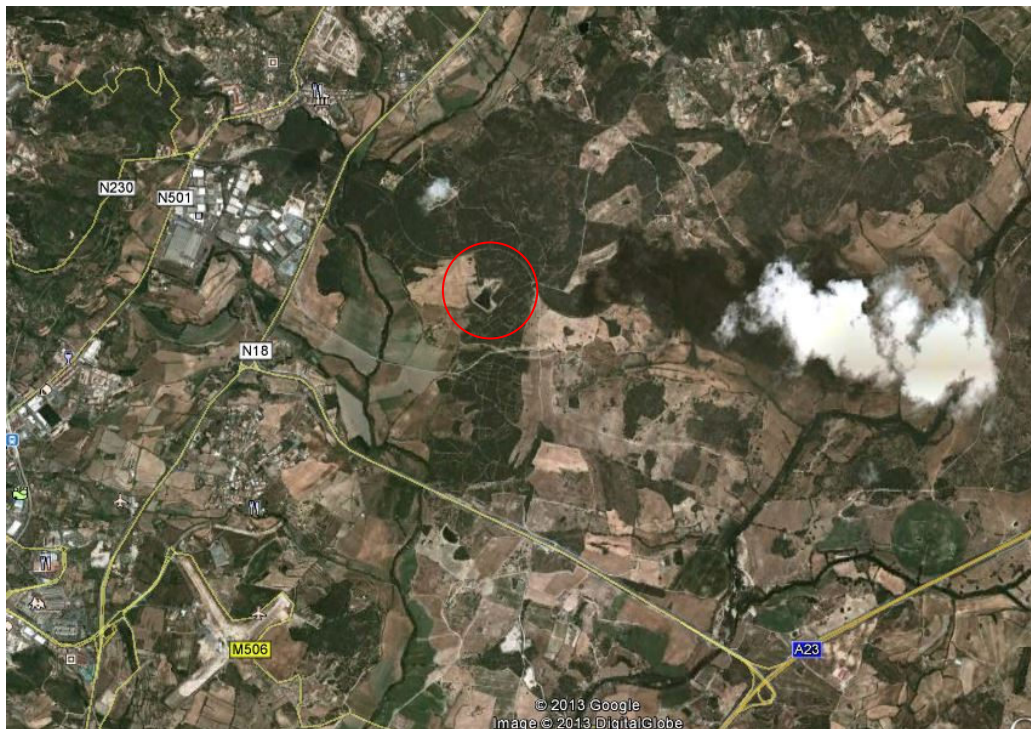


Figura1: Vista aérea que mostra a localização e acessos.

De acordo com o Plano Diretor Municipal da Covilhã, a área a trabalhar está integrada pela Área de Proteção e valorização ambiental, pela área de grande aptidão agrícola e espaços agrícolas complementares e de proteção e enquadramento.

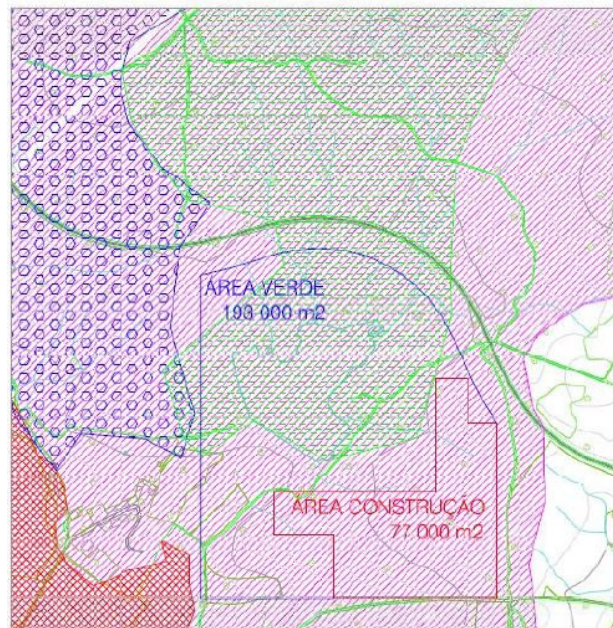


Figura 2: Extrato da planta de Condicionantes - PDM

Legenda:

- Espaços agrícolas complementares e de proteção de enquadramento
- Área de grande aptidão agrícola
- Área de Proteção e valorização ambiental
- Espaço especial de infraestruturas turísticas

Segundo a planta de Condicionantes - REN, o projeto encontra-se envolvido pela Área de máxima infiltração, Área de proteção de Albufeiras e Área de grande aptidão agrícola.

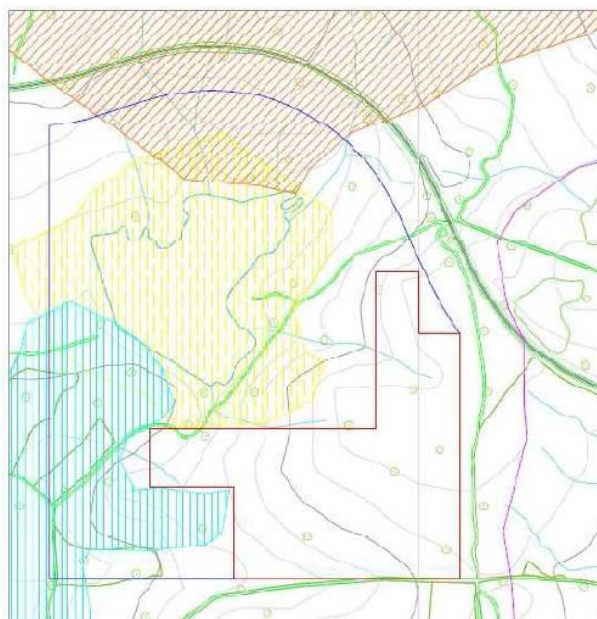


Figura 3: Extrato da planta de Condicionantes - REN

Legenda:

Área de máxima infiltração

Área de grande aptidão agrícola

Área de proteção de albufeiras

Na planta de condicionantes - RAN, verifica-se que a área de classificação dos solos e capacidade do uso do solo se encontra fora do limite de intervenção sem inconvenientes para a localização da construção.

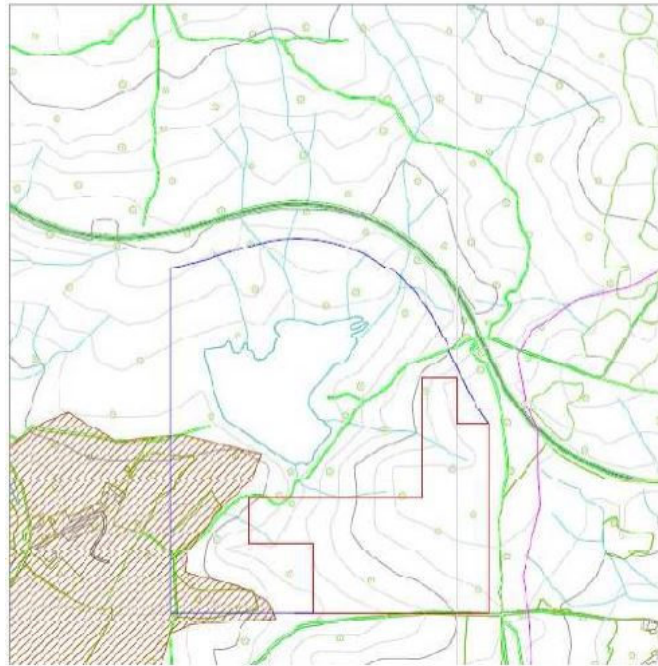


Figura 4: Extrato da planta de Condicionantes - RAN

Legenda:

Classificação dos solos e capacidade do uso do solo

## 10.3. Caracterização da Proposta

### 10.3.1. Introdução / Enquadramento

A criação de um complexo que desenvolva o turismo na Região da Beira Interior, reunindo condições para a atração de turistas, de modo a promover a Cidade quer seja no Inverno, com a oferta da neve e afins, quer seja nas Estações quentes, com a oferta do Golf, entre outras atividades.

### 10.3.2. Programa

O empreendimento contempla um edifício destinado a hotelaria e um outro conjunto destinado às habitações exteriores, sendo o espaço envolvente reservado a um campo de golf e aos respetivos equipamentos. Existe ainda um espaço hípico, com as necessárias instalações.

Importa ainda referir a presença dos acessos verticais que fazem ligação com o piso de estacionamento coberto (piso -1 do edifício de hotelaria), bem como os acessos viários interiores que percorrem todo o terreno até diversas instalações.

As necessidades funcionais do edifício de hotelaria foram definidas tendo em conta um pré-programa base, ajustado de acordo com o desenvolvimento do projeto.

Assim, o Hotel integra o programa abaixo discriminado, que será distribuído por três pisos (piso -1, piso 0 e piso 1):

Comum:

- Acessos verticais (escadaria e elevador)

Piso -1:

- Estacionamento subterrâneo

Piso 0:

- Bar interior e exterior
- Foyer
- Auditório
- Administração
- Restaurante
- Ginásio
- SPA
- Suites: Presidencial, Standart, e Mobilidade condicionada
- Instalações sanitárias
- Copa
- Sala Funcionários

Piso 1:

- Mini- Casino
- Suites: Presidencial, Standart, e Mobilidade condicionada

No exterior do Hotel, mas ainda aliadas ao mesmo, é proposto umas habitações exteriores T1, com os respetivos estacionamento.

No restante programa surge também as instalações dirigidas ao Golf e ao Hipismo. Estas integrarão o programa abaixo discriminado:

Campo de Golf:

- Recepção
- Balneários e instalações sanitárias
- Bar
- Estacionamento para carrinhos de Golf

Espaço Hípico:

- Picadeiro
- Estábulo
- Balneário e instalações sanitárias

### **10.3.3. Funcionalidade e relação dos espaços**

Os espaços anteriormente referidos apesar de serem independentes estão interligados através dos acessos pedonais e viários propostos.

Para maior comodidade do turista é proposto uma panóplia de estacionamento destinados a cada área específica.

### **10.3.4 Princípio geral adotado**

O critério geral adotado no projeto foi procurar enquadrar o complexo de modo a que este se envolva o mais possível na natureza, através da escolha dos materiais, da forma e da estética.

Optou-se por uma solução que permitisse um bom funcionamento e articulação de todas as valências, sem que tal originasse uma proposta compacta e fechada, mantendo com a envolvente uma relação de equilíbrio.

No Hotel, optou-se por diferenciar os diversos acessos, conforme o tipo de utilização pretendida, resultando assim em quatro tipos: o acesso “público/principal”, efetuado pela parte frontal do edifício; o acesso de “público condicionado/secundário”, garantindo na parte lateral esquerda e posterior do edifício, permitindo o acesso mais reservado, servindo as atividades a desenvolver no interior do Hotel, tais como entrada para a suíte presidencial, na lateral esquerda, e entrada para o auditório, na parte posterior; o acesso “de serviço”, que apoia as salas dos funcionários e respetivas copas; e o acesso “cargas/descargas”, que apoia a restauração com os alimentos necessários, assim como a recolha de resíduos.

Dentro do esquema distribuição/organização, optou-se por dispor a concessão programática, no espaço interior do edifício, por três pisos, (piso -1, piso 0 e piso 1), com características específicas.

#### O piso -1

Carateriza-se pela relação interior/exterior, acolhendo o estacionamento, bem como os acessos verticais que dão acesso ao interior do Hotel, quer para os Turistas, quer para os funcionários (sendo estes independentes entre si).

#### O piso 0

Carateriza-se pela interação dos vários espaços interiores com a envolvente exterior.

O Auditório pode ser de uso independente, autónomo através de entradas diferentes, feito pela receção ou pela parte posterior do edifício.

O Restaurante, compreende uma sala para banquetes e uma sala para refeições. Este espaço também pode ser autónomo.

O Ginásio e o SPA são espaços igualmente passíveis de utilização independente.

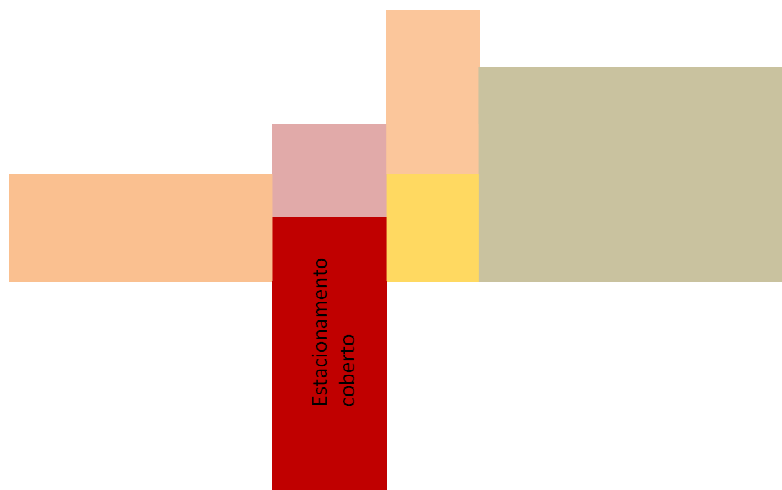
O acesso às suítes encontra-se reservadas, ou seja, é impedido diretamente do exterior.

#### Piso 1

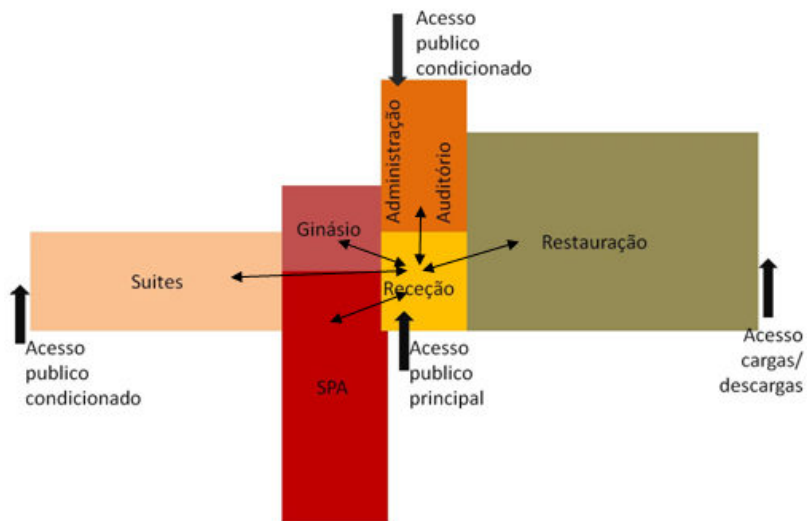
O mini-casino, apesar de se encontrar isolado no piso superior, tem acesso pelo ascensor e pelas escadas principais que se encontram na receção.

Como foi já referido anteriormente sobre as suítes no piso 0, as do piso superior dispõem das mesmas características de privacidade.

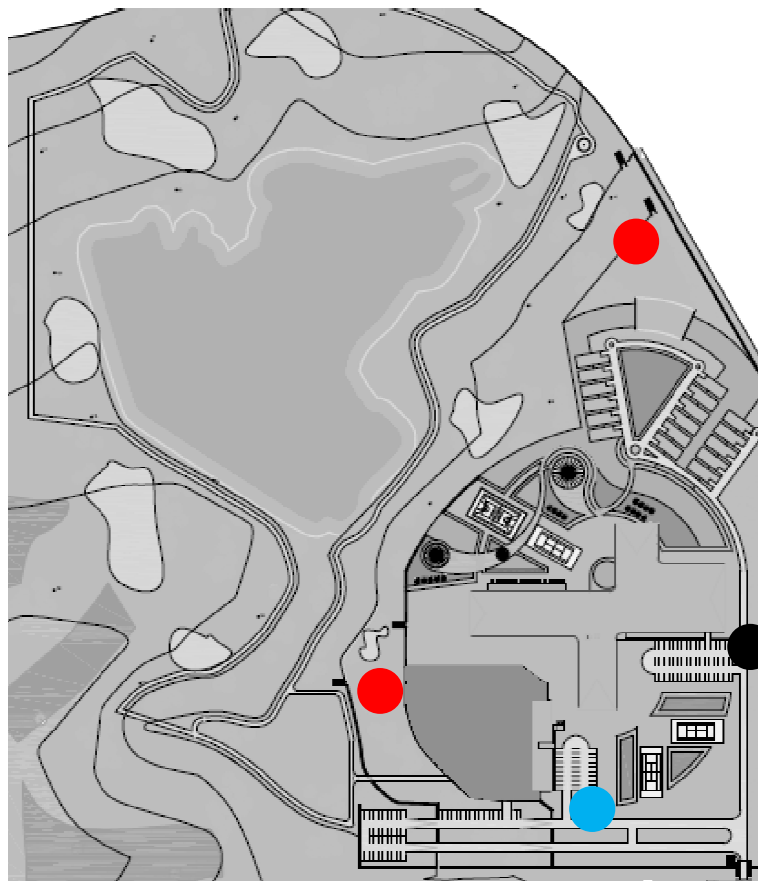
#### Piso -1



Piso 0



Piso 1



Legenda:

- Acesso campo Golf
- Acesso Espaço Hípico
- Acesso Habitações exteriores

### 10.3.5. Descrição da Proposta

Entrada/Foyer - localiza-se no piso 0, na fachada principal do edifício, concretiza-se por um espaço amplo multifuncional, composto pela recepção, apoiada por um balcão de atendimento, uma área de estar complementada pelo bar interior/externo e pelos acessos verticais.

Restaurante - encontra-se igualmente no piso 0, à direita da entrada principal, dividido por três áreas, uma sala para refeições normais (pequeno-almoço, almoço e jantar) que alberga 88 lugares sentados e equipada ainda com um espaço destinado a bar, uma sala para banquetes equipada com um espaço de entretenimento com capacidade para 264 lugares, e uma cozinha equipada com copa, dispensa, sala de funcionários e entrada e saída de alimentos e resíduos, separadamente. Todas estas três áreas dispõem de instalações sanitárias próprias.

Gabinetes de administração/Direção e Sala de Reunião - espaços para os órgãos de direção, administração e gestão do complexo turístico, destinados a trabalho individual e de equipa, permitindo o planeamento, a preparação e a avaliação de todas as valências a desenvolver.

Auditório - Devido ao espaço que necessita, localiza-se na parte Norte do edifício, ocupando sensivelmente 300m<sup>2</sup> com 112 lugares sentados. Este espaço é adjacente à zona de entrada, permitindo a sua articulação e ligação física, quer pela entrada principal, quer pela secundária destinada a sala. Este espaço dispõe de instalações sanitárias próprias bem como um bar e respetivo foyer.

Pretende-se que este espaço possa ser utilizado para as mais diversas valências e fins, nomeadamente seminários, conferências, reuniões e palestras.

Instalações sanitárias - N piso 0, destinadas ao público, localizam-se na parte Este do edifício junto ao Auditório.

O seu espaço foi organizado dando origem a dois grupos: com as mesmas características os sanitários masculinos e femininos incluindo instalação sanitária para pessoas com mobilidade condicionada.

As instalações sanitárias em causa servem tanto o auditório como a sala de estar que apoia a recepção.

Ginásio - Ainda no piso 0, está equipado com diversas máquinas de desporto, entre outros acessórios imprescindíveis à prática desportiva. Contém ainda instalações sanitárias para ambos os sexos, bem como uma recepção de apoio pontual às atividades a realizar.

SPA - Equipado com recepção, instalações sanitárias, balneário, sauna, banho turco, jacuzzi, piscina com percurso de jatos, piscina de argila, piscina aquecida e duas salas de massagem com respetivo consultório e instalação sanitária, localiza-se no piso 0 a Sul do edifício.

Um espaço em que a relação interior/externo está presente devido a, praticamente, todas as áreas serem envidraçadas, mas ao mesmo tempo rodeadas de espaços verdes, permitindo assim a comodidade do cliente bem como a sua privacidade.

Escadas/Ascensores - Para além do acesso vertical (escadaria de emergência e escadaria principal) foram previstos um dois acessos verticais conseguidos com a implementação de dois elevadores que faram ligação entre todos os pisos, permitindo a acessibilidade aos espaços dos utentes e de pessoas com mobilidade condicionada.

Além dos dois ascensores anteriormente referidos, foi previsto ainda um elevador que faz ligação entre as duas salas dos funcionários (piso 0 e piso 1) bem como a sua entrada e saída pelo piso -1.

Copa - Em ambos os pisos acima da cota de soleira propõem-se duas copas ligadas entre si por um ascensor.

Suites - Iguamente distribuídas por ambos os pisos, estas dividem-se em 2 suites para pessoas com mobilidade condicionada, uma suite presidencial, a qual pode dispor de dois ou quatro quartos dependendo do número utilizadores, de forma a evitar espaços vazios e subaproveitados. O piso 0 é composto por dezassete suites standard, podendo ser quarto duplo ou quarto casal. No piso 1 encontra-se dezanove suites standard com as mesmas características do piso inferior.

Mini-Casino - Situado no piso 1, é composto por uma receção, instalações sanitárias, um bar com sala de estar, as devidas máquinas de jogo (Slot machines) duas mesas de snooker, quatro mesas de poker com 6 lugares cada, uma mesa de blackjack e uma mesa de poker para 8 pessoas.

Habitações Exteriores - Situadas no exterior do edifício principal a Norte do mesmo, dispõem de acesso viário com respetivos estacionamento independentes entre si. De tipologia T1, composta por quarto e sala podendo ser um open-space, closet, instalação sanitária e alpendre exterior virado para o lago artificial.

Piscinas/lagos artificiais - Os lagos artificiais encontram-se no exterior do edifício tanto a Norte como a Sudeste do edifício, com uma profundidade de 10 a 50cm. As respetivas zonas adjacentes localizadas a Norte do edifício, possibilitam o uso pedonal e ainda o uso das espreguiçadeiras nelas. Têm como função, também, a recolha das águas pluviais. Será criado um reservatório ao nível do Rés-do-chão de onde será bombada a água para cada uma das sanitas e para rega exterior.

As piscinas com profundidade de 1,8 metros destinam-se a atividades lúdicas dos utentes. São propostos ainda três bares exteriores, que apoiam as piscinas e que servem os utentes com o devido equipamento desportivo para a prática no Court-Ténis.

Espaço Hípico - localizado a Sudoeste do edifício principal, dispõe de acesso viário e respetivo estacionamento, prevendo um estábulo, picadeiro e balneários.

Campo de Golf- este abrange toda a área a Oeste do Complexo e é composto por 18 buracos, zonas de relva baixa e bancas de areia (bunkers) propícias à respetiva prática desportiva.

O acesso dos praticantes é possível tanto pelas estradas interiores previstas como pelos circuitos pedonais, de forma a poder usufruir da envolvente natural. Dispõe de estacionamento próprios para os utentes e para os carrinhos de Golf. É proposto, ainda uma receção, apoiada por um bar, zona de estar interior e exterior e ainda balneários com as respetivas instalações sanitárias.

Portaria - localizada à entrada do Complexo, a Sul, serve para controlo de entradas e saídas e ainda de apoio ao utente.

Estacionamento exterior - Situa-se em todos os espaços de forma a garantir a comodidade do utente, facilitando o acesso aos respetivos lugares de escolha.

Encontra-se à esquerda da portaria o estacionamento maior, que acede ao estacionamento interior, mas também serve os utentes do campo de Golf. À entrada do edifício principal é proposto outro estacionamento, de forma a possibilitar uma maior comodidade da parte do utente no check-in/check-out.

Como referido anteriormente, as habitações exteriores também dispõem de estacionamento próprio.

### 10.3.6. Aspetos Construtivos

Estrutura do edifício - Propõe-se estrutura mista metálica e betão em todo o edifício, com certas partes visíveis.

Cobertura - De betão e ajardinada, de forma a ser acessível ao público e ao mesmo tempo dispondendo de um enquadramento com a natureza em redor.

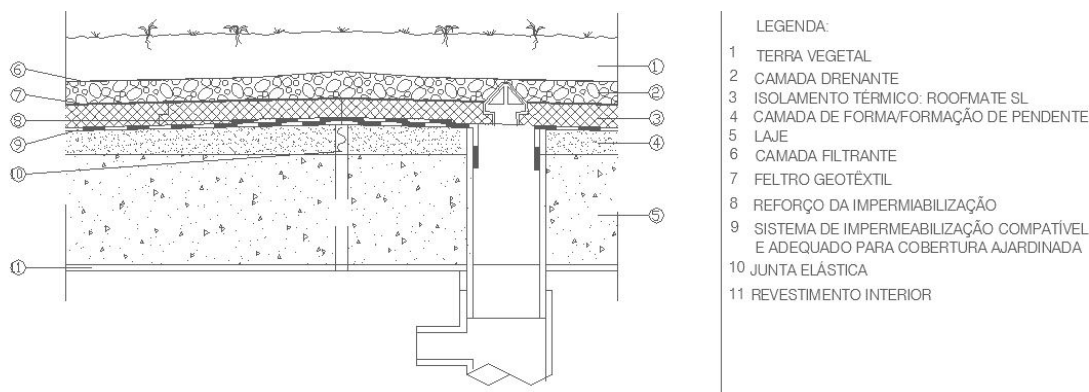


Figura 5 - Pormenor construtivo da cobertura ajardinada

Paredes - No interior do edifício, as paredes serão executadas em tijolo com isolamento sonoro, rebocadas e pintadas.

Nas áreas das instalações sanitárias e balneários, deverão ser revestidos a cerâmica.

No exterior, as paredes serão constituídas em tijolo rebocado e forrado com placas de madeiras acima do nível dos três metros e nos restantes abaixo serão envidraçadas.

Tetos - No interior dos compartimentos, de forma a diversificar as alturas de pé direito entre elas, serão executados em gesso cartonado.

Pavimentos - Nas áreas do acesso e circulação serão em pedra moleano creme. No auditório, bem como no ginásio, SPA, área administrativa e mini casino serão num material confortável, resistente, lavável e pouco refletor do som, nomeadamente linoleum.

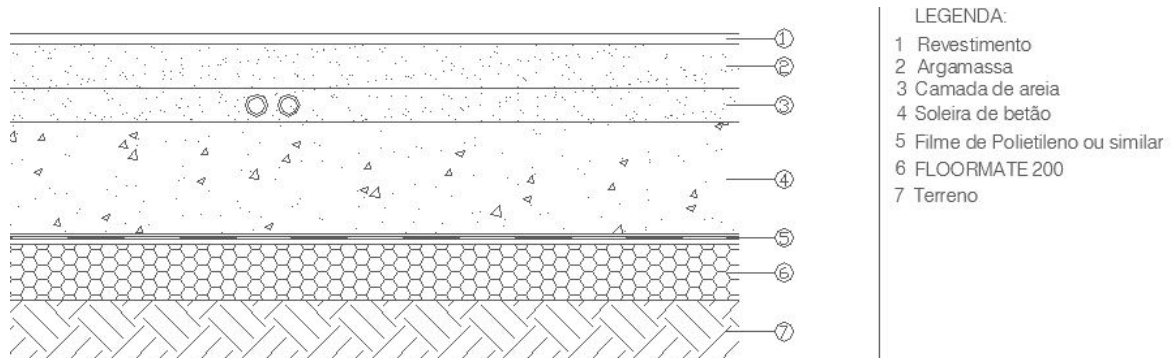


Figura 6- Pormenor construtivo do pavimento

Nas instalações sanitárias, áreas técnicas e zona da restauração serão em material cerâmico de fácil limpeza e manutenção.

Nas suítes, o pavimento será em piso flutuante para uma maior comodidade, higiene e facilidade de limpeza e manutenção.

No exterior, para os acessos viários, o pavimento a adotar será asfalto, e nos acessos pedonais será em deque.

### 10.3.7. Arranjos exteriores

Pretende-se criar um espaço exterior dotado de condições adequadas para a fluidez e acessibilidade, permitindo o enquadramento do complexo no ambiente natural.

Prevê-se a pavimentação de alguns troços, o que permite a marcação dos percursos pedonais, a entrada principal e secundária e ainda o acesso automóvel. Os pavimentos propostos são em alcatrão. Existem ainda outro tipo de pavimentos, em deque, situado nas zonas das piscinas e em contorno do edifício principal.

Nos restantes espaços serão plantadas árvores e semeada relva, que contribuirão para criar diversidade de ambiências, introduzir cor, textura e ritmo no sentido de se obter um conjunto harmonioso, de adequabilidade e sustentabilidade.

Na área livre localizada a Norte e Sul do edifício pretende-se, criar um espaço verde, dotado de algumas condições para a realização de atividades ao ar livre, nomeadamente ténis, corridas e ou passeios.

Prevê-se a colocação de alguns equipamentos de mobiliário urbano e iluminação de forma a garantir a comodidade do utente.

# 11. Conclusão e Considerações finais

Utilizar e propagar a ideia de empreendimentos "amigos da natureza", de baixo impacto e de baixa ocupação, é a saída para as crises envolvendo os Complexos Turísticos. Ao diminuir o tamanho exagerado dos seus complexos atuais, conseqüentemente, diminuirão os seus impactos negativos causados à natureza. O Complexo turístico Ecológico é uma destas soluções.

Na memória descritiva é possível encontrar as soluções para que este projeto resultasse num Complexo Turístico Ecológico e ainda algumas considerações do setor da sustentabilidade.

Por exemplo, o fato de optar pela cobertura ajardinada no Hotel e nas Habitações exteriores, juntamente com os lagos artificiais, veio facilitar a recolha de águas pluviais, o que dará resultado na poupança do consumo de água no uso das descargas sanitárias, bem como nos sistemas de rega.

Esta postura de comportamento perante os impactos é o que vai fazer dos Resorts e do turismo em geral, atividades lucrativas e ambientalmente corretas. Esta nova atitude deixa de lado a visão centrada apenas no lucro que um empreendimento vem a gerar e dá ao ser humano uma visão sistémica e holística da situação acerca da atividade turística, agregando a sustentabilidade a todo o processo turístico, desde o projeto inicial da atividade, até à implementação.

Ao envolver o turista e a comunidade com o uso sustentável dos recursos, os gestores do Complexo Turístico estarão contribuindo diretamente na formação da Cidadania Ambiental.

O turismo a ser praticado neste Complexo é uma atividade que pensa na manutenção dos recursos como a justa lucratividade para todos os envolvidos. A montagem de um sistema que, de forma coesa, explica o ideal de propagação de uma Cidadania Ambiental, traz todo um universo de preocupação perante todas as etapas do turismo, desde o primeiro contato do turista com as informações acerca do destino, até sua contribuição para propagar este ideal de sustentabilidade.

O compromisso com a ética e com a sustentabilidade darão não só ao turismo, mas a todas as atividades praticadas pelo ser humano, uma melhor forma de interação e cooperação, fornecendo às populações que daqui a cem ou mil anos estiverem a pisar a Terra, um exemplo correto de manutenção da vida.

# Bibliografia

- Barros, J. d. (2004). A Projeção do Quotidiano no Turismo e no Lazer. Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.
- Boyer, M. (2000). Histoire de L'Invention du Tourisme. Éditions de L'Aube
- Butler, R. (1994). Tourism - The State of the Art. Chicester: Wiley.
- Cardoso L. (1999), Gestão Estratégica das organizações. Como vencer os desafios do séc. XXI, 4ª edição, Lisboa: Ed. Verbo
- Cooper, C., et al.. (2001). Turismo: Princípios e Prática. Bookman.
- Cunha, L. (1997). Economia e Política do Turismo. Lisboa: McGraw-Hill. INE. (2010). Estatísticas do Turismo. Lisboa.
- Costa, Rodrigues. Introdução à gestão hoteleira, Lisboa-Porto, IIDEL
- FARIA, Dóris Santos de. Sustentabilidade ecológica no turismo/ Dóris Santos de Faria e Kátia Saraiva Carneiro. - Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.
- INE. (2010). Estatísticas do Turismo. Lisboa.
- INSKEEP, Edward. Tourism planning. Londres: Van Nostrand Reinhold, 1991
- MATHIESON, Alister and WALL, Geoffrey. Tourism: Economic, Physical and Social Impacts.- Harlow: Longman 1982.
- Maslow, A H (1954) Motivation and Personality, New York. Harper & Row Publicers
- McINTOSH, E.R. Tourism principles, practices, philosophies. Ohio: Columbus, 1997.
- MIDDLETON, V.T.C. and HAWKINS, R. Sustainable Tourism: A Marketing Perspective. Butterworth-Heinemann, Oxford 1998.
- Ministério da Economia e da Inovação. Plano Estratégico Nacional de Turismo (PENT). Lisboa.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Guía práctica para el desarrollo y uso de indicadores de turismo sostenible.- Madrid: OMT, 1997
- ROSA, Sérgio Eduardo Silveira; TAVARES, Marina Mendes. A Recente Expansão do Resorts, BNDES setorial, Rio de Janeiro, n.16, 2002.
- Ruschmann, D. Van de M. (1991) Marketing turístico em enfoque promocional. Campinas 14
- Silva, J. (2003). A Procura Turística Externa de Portugal - Tendências de Evolução a Médio e a Longo Prazo. Lisboa: Direcção Geral de Turismo.
- Sarmiento, M (2003). Gestão da qualidade total na industria de alojamento turístico. Lisboa
- UNWTO. (2010). United Nations World Tourism Organization: World Tourism Barometer.
- WTTC. (2011). Travel & Tourism Economic Impact. World Travel & Tourism Council.
- YÁZIGI, Eduardo. A Alma do Lugar: Turismo, Planeamento e Quotidiano. São Paulo Contexto. (Coleção Turismo Contexto), 2001

## WEB

- <http://www.scholar.google.pt> acedido a 14 de Novembro de 2012 às 23horas.
- <http://www.dgotdu.pt> acedido a 20 de Novembro de 2012 às 15horas e 15minutos.
- <http://icnf.pt> acedido a 20 de Novembro de 2012 às 16horas.
- <http://www.laget.igeo.ufrj.br/territorio/pdf/N111213/turismo.pdf%20> acedido a 6 de Novembro de 2012 às 21horas e 51minutos.
- <http://www.portugal-live.net/P/golf.html> acedido a 11 de fevereiro de 2013 às 20.03horas.
- <http://www.ngagolf.com.br/prjcampo.aspx> acedido a 11 de fevereiro de 2013 às 21horas e 6 minutos
- <http://www.frgg.com.br/conheca-o-golfe/conheca-o-esporte/> acedido a 18 de fevereiro de 2013 às 14 horas e 18 minutos.
- <http://www.turismocovilha.pt/?cix=451> acedido a 18 de fevereiro de 2013 às 14 horas e 18minutos.

# Anexo(s)

Segue em anexo toda a legislação utilizada e referida anteriormente na dissertação, bem como as plantas de Condicionantes precisas para a mesma e as imagens 3D.

