



Maria João Pereira

**Propostas de atividades de lazer em contexto hoteleiro:
o caso do Duecitânia Design Hotel**

**Proposal of leisure activities in the hotel context: The
case of Duecitânia Design Hotel**

Relatório de Estágio integrado no Mestrado em Lazer, Património e Desenvolvimento, orientado pelo Doutor Paulo Manuel de Carvalho Tomás, apresentado à Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, com vista à obtenção do grau de Mestre.

2013



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Ficha Técnica:

Tipo de trabalho	Relatório de Estágio
Título	Propostas de Atividades de Lazer em Contexto Hoteleiro O Caso do Duecitânia Design Hotel
Autor/a	Maria João Couto Pereira
Orientador/a	Paulo Manuel de Carvalho Tomás
Júri	Presidente: Doutor Norberto Nuno Pinto dos Santos Vogais: 1. Doutora Maria Noémi Nunes Vieira Marujo 2. Doutor Paulo Manuel de Carvalho Tomás 3. Doutora Fernanda Maria da Silva Dias Cravidão
Identificação do Curso	Mestrado em Lazer, Património e Desenvolvimento
Área científica	Turismo
Especialidade/Ramo	Turismo
Data da defesa	21-10-2013
Classificação	18 valores



O que contam são as experiências:

“Contem-me, que eu esquecerei.

Mostrem-me, que eu talvez possa recordar.

Envolvam-me, que eu compreenderei.”

Benjamim Franklin

Agradecimentos:

À minha família que sempre me apoiou incondicionalmente e esteve presente sempre que precisei, em todos os momentos da minha vida, principalmente ao meu pai e à minha mãe que fizeram de tudo para me proporcionar o que de melhor a vida tem e inclusive me deram a possibilidade de tirar um curso superior. Ao meu irmão, que é a alegria da minha vida e maior confidente e à minha avó, que me criou. À minha falecida avó.

Ao Doutor Paulo Carvalho por ter aceitado ser meu orientador e por toda a disponibilidade e sinceridade durante todo o processo de investigação.

Ao privilégio de ter no meu círculo de amigas, pessoas extraordinárias, sem as quais não teria conseguido superar alguns momentos menos bons da minha vida. À Marina, à Diana e à Inês, à Joana, à Cristiana e Carolina, à Sylvia e à Rute, um especial obrigado.

À Dr.^a Helena Maduro por me ter dado a oportunidade de poder estagiar no seu próprio hotel e à Dr.^a Patrícia por tudo o que me ensinou e ajudou durante o estágio.

Aos meus colegas do hotel que me apoiaram e deixaram saudade e de quem eu guardo boas recordações. À Guida, à Maria, à Fátima e à Cátia, à Catarina, à Patrícia e ao Chef Helder, ao João e ao Luís, à Andreia e à Isabel, à Eugénia e à Adelaide.

Ao posto de Turismo de Penela, por ter disponibilizado a informação pedida, sem qualquer restrição.

E claro, sendo esta página dedicada aos que me acompanham e que me irão acompanhar, obrigado ao coautor da minha vida e dono do meu coração, Duarte Neves.

A todos, um sincero obrigado!

Resumo

A crescente procura, por diversos motivos, do espaço rural e consequentemente da natureza estimula a criação de unidades hoteleiras e outras infraestruturas que levam posteriormente ao desenvolvimento local e regional. Ao mesmo tempo o abandono das atividades agrícolas leva á procura de uma nova dinâmica para as áreas rurais de modo a que estas consigam assegurar a sua sobrevivência. O turismo em espaço rural (TER) é uma das atividades que pode assegurar não apenas a revitalização económica do meio rural, mas também os recursos, a história, as tradições e a cultura de cada região.

O turismo em geral e as atividades de lazer em particular são, cada vez mais, considerados pilares importantes no desenvolvimento turístico de uma região, rural ou não rural, pois cada vez mais, somos marcados pelas características do novo turista que não se contenta apenas com o básico e que deseja participar em experiências turísticas originais e criativas. São os agentes de animação turística que proporcionam e realizam atividades de várias índoles nomeadamente cultural, ambiental, desportivo e radical e por isso o seu papel é fundamental no que respeita á qualidade de oferta das atividades de lazer.

O facto de vivermos em constante mudança, onde as ofertas de lazer e as necessidades dos turistas têm produzido alterações nas unidades hoteleiras, leva ao aparecimento de novas tendências. A animação turística tem estado muito ligada à hotelaria verificando-se uma tendência para a sua implementação no turismo rural. O reconhecimento da importância da animação turística nos dias de hoje é um facto improrrogável, pois é a animação que dá um novo significado á experiência turística, contribuindo para uma memória positiva do local.

Este trabalho pretende contribuir para uma melhor compreensão do que se entende por animação turística e hoteleira e das novas tendências no que diz respeito à introdução da animação e das atividades de lazer nas unidades hoteleiras e às necessidades dos novos turistas, tendo como exemplo o Duecitânia Design Hotel (Penela) através da análise das várias atividades de que o hotel dispõem, bem como a apresentação de propostas neste domínio.

Palavras-Chave: Desenvolvimento rural, unidades hoteleiras, turismo, animação turística, atividades de lazer, Duecitânia Design Hotel

Abstract

The increasing demand, for diverse reasons, of rural space and consequently of nature, stimulates the creation of hotel units and other infrastructure that subsequently lead to local and regional development. At the same time the abandonment of rural activities leads you looking for a new dynamic to the rural areas so they ensure their survival. The rural tourism is one of the activities that can ensure not only the economic revitalization of rural areas, but also the resources, history, traditions and culture of each region.

Tourism in general and leisure activities in particular, are increasingly considered important pillars in the development of tourism in a region, rural or non-rural, because increasingly are marked by the characteristics of the new tourist who is not satisfied only with the basic and want to participate in creative and unique tourist experiences. The agents of tourism activities are the one that provide and perform activities of various natures including cultural, environmental, sports and so radical and its role is crucial with regard to the quality of the offer of leisure activities.

The fact that we are constantly changing, where offers leisure and the needs of tourists have produced changes in hotels, leads to the emergence of new trends. The recreational tourism has been closely linked to hotels verifying a trend for implementation in rural tourism. The recognition of the importance of recreation tourism these days is a fact not extendable, because is the animation that gives a new meaning to the travel experience contributing to a positive memory of the place.

This work aims to contribute to a better understanding of what is meant by recreational and hotel tourism and new trends that concerns to the introduction of recreational tourism and leisure activities in hotels and the needs of tourists, taking as an example the Duecitânia Design Hotel (Penela), through the analysis of the various activities that the hotel offers, as well as the proposal in this field.

Key-words: Rural development, hotel units, tourism, recreation tourism, leisure activities, Duecitânia Design Hotel.

Glossário

AERC	Anuário Estatístico da Região Centro
BTL	Bolsa de Turismo de Lisboa
BTT	Bicicleta Todo Terreno
DECO	Associação Portuguesa para a defesa do consumidor
EAT	Empresa de Animação Turística
FEDER	Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional
HD	Hotel Design
ICNF	Instituto de Conservação da Natureza e Florestas
INE	Instituto Nacional de Estatística
OMT	Organização Mundial do Turismo
ONU	Organização das Nações Unidas
PENT	Plano Estratégico Nacional de Turismo
PIB	Produto Interno Bruto
PRODER	Programa de Desenvolvimento Rural
PROVERE	Programa de Valorização Económica de Recursos Endógenos
SARS	Severe Acute Respiratory Syndrome
SPA	Sanus Per Aqua
TER	Turismo em Espaço Rural
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
UNWTO	Nações Unidas, Organização Mundial do Turismo, World Tourism Barometer

Índice

1 – Introdução	1
1.1 – Temática e objetivos	2
1.2 – Metodologia	3
1.3 – Estrutura do relatório	4
1.4 – Descrição do trabalho durante o estágio	4
2 – Contextualização Teórica	10
2.1 – O espaço rural em Portugal	11
2.2 – O turismo	12
2.2.1 – O turismo e a sua evolução	13
2.2.2 – A importância do turismo e do lazer para o desenvolvimento rural	16
2.3 – A animação turística e hoteleira	18
2.3.1 – A animação	18
2.3.2 – Animação turística e hoteleira	21
2.3.3 – O papel da animação turística nos territórios rurais	23
2.4 – Hotelaria	24
2.4.1 – Um negócio antigo	24
2.4.2 – Hotelaria e animação turística	25
3 – Penela: território, lazer e turismo	27
3.1 – Caracterização geográfica	27
3.2 – Equipamentos e infraestruturas de turismo e lazer	31
3.3 – Recursos e produtos turísticos	38
3.4 – Análise dos dados dos visitantes	44
4 – Duecitânia Design Hotel	47
4.1 – Características da unidade hoteleira	47
4.2 – Inquérito aos hóspedes: apresentação e discussão dos resultados	60
4.3 – Propostas de atividades culturais e de lazer	70
5 – Conclusão:	74
Bibliografia	76
Anexos	78

Índice de figuras

Figura 1 – Convite e ementa para a noite dos ancestrais	5
Figura 2 – Programa de passagem de ano – Circuito da Romanização	6
Figura 3 – Cartaz com a atividade do dia dos Namorados	9
Figura 4 – Chegadas de turistas internacionais (1995-2012)	15
Figura 5 – Mapa do distrito de Coimbra	27
Figura 6 – Mapa simplificado da localização e delimitação de Penela	28
Figura 7 – Vale do Rabaçal	38
Figura 8 – Erva de Santa Maria	40
Figura 9 – Castelo de Penela	41
Figura 10 – Castelo do Germanelo	42
Figura 11 – Cestos de Vime	44
Figura 12 – Mapa simplificado da localização do Duecitânia Design Hotel	47
Figura 13 – Antiga fábrica de papel do Espinhal (2007, antes da reabilitação)	48
Figura 14 – Quarto Duplo, 1º piso, cor vermelha	51
Figura 15 – Casa de Banho	51
Figura 16 – Suite deluxe, 2º piso, cor cinzenta	52
Figura 17 – Suite deluxe, cor cinzenta	52
Figura 18 – Quarto duplo superior, 3º piso, cor verde	53
Figura 19 – Casa de Banho	53
Figura 20 – Painel ilustrativo com figura mitológica de uma das casas de banho	54
Figura 21 – Painel com representação das cores dos pisos	54
Figura 22 – Painel representativo da divisão dos pisos	55

Figura 23 – Piscina e jacuzzi da SPA	55
Figura 24 – Sala de massagens	56
Figura 25 – Bar Tabernae	57
Figura 26 – Restaurante Gustatio	57
Figura 27 – Instalações atuais do hotel	59
Figura 28 – Nacionalidade dos inquiridos	61
Figura 29 – Naturalidade dos inquiridos	62
Figura 30 – Idade dos inquiridos	62
Figura 31 – Habilitações literárias dos inquiridos	63
Figura 32 – Modo de conhecimento do hotel	63
Figura 33 – Razão da escolha do hotel	64
Figura 34 – Programa de atividades de lazer. Útil ou não para o hotel?	65
Figura 35 – Pretende realizar atividades?	65
Figura 36 – Empreendimento mais apelativo	66
Figura 37 – Avaliação do atendimento ao público	66
Figura 38 – Avaliação dos quartos	67
Figura 39 – Avaliação do Spa	67
Figura 40 – Avaliação do restaurante	68
Figura 41 – Avaliação da limpeza das instalações	68

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Principais atividades de desporto de natureza	20
Tabela 2 – População residente no concelho de Penela (2001-2011)	29
Tabela 3 – População residente no concelho de Penela, por idades (2001-2011)	30
Tabela 4 – Indicadores demográficos	31
Tabela 5 – Estabelecimentos hoteleiros e capacidade de alojamento do Pinhal Interior Norte (2011)	32
Tabela 6 – Museus e galerias de arte no Pinhal Interior Norte (2011)	34
Tabela 7 – Bens culturais imóveis classificados do Pinhal Interior Norte (2011)	35
Tabela 8 – Recintos de espetáculos e espetáculos ao vivo do Pinhal Interior Norte (2011)	36
Tabela 9 – Empresas de animação turística do Pinhal Interior Norte	37
Tabela 10 – Entradas no Castelo de Penela, 2010, 2011, 2012 e 2013	46

1 – Introdução

O relatório apresentado consiste na descrição, por escrito, de todo o trabalho realizado durante o estágio curricular, elaborado no âmbito do Mestrado em Lazer, Património e Desenvolvimento.

Com este relatório pretendo dar a conhecer o Duecitània Design Hotel, unidade hoteleira do concelho de Penela, aberta ao público a 12 de Dezembro de 2012, e todo o trabalho desenvolvido no período de estágio, que de certo modo contribuiu e contribuirá para o crescimento do hotel, no que diz respeito à implementação das atividades de lazer. O projeto durante o estágio foi precisamente criar estas atividades para que o hotel possa assumir uma oferta diferenciadora e complementar.

Nos últimos anos o turismo de massas tem vindo a ser substituído por um turismo mais responsável, mais específico e mais sustentável. Estes conceitos, revolucionaram o mundo das agências de viagens e dos operadores turísticos, que tentam a todo o custo satisfazer as novas necessidades do cliente. É deste novo turista que surge segmentos de mercado como o turismo alternativo, sustentável, animação turística e diversas formas de turismo como, aventura, rural, ecológico, experiencial, entre outros (Peres e Lopes, 2009).

A crescente importância do rural, bem como a sua preservação, só foi notada em Portugal mais tarde que nos restantes países ocidentais, no entanto assistimos atualmente à sua valorização. As áreas rurais passaram a ser identificadas como novos lugares de recreio e lazer, de tal modo, que a procura destes espaços por pessoas não rurais, tem sido uma constante. A crescente procura da multifuncionalidade destas áreas leva a que estes espaços de produção se transformem em espaços de consumo, pois tal como Urry (2012) refere “ (...) é o próprio espaço que é consumido nem que seja só pelo olhar do turista (...) ” (Cardoso, 2011, pag.48). Para além dos recursos naturais e culturais de grande qualidade de que os territórios rurais são detentores, apresentam três elementos-chave: a paisagem, as tradições e o património. São espaços de preservação de memórias e heranças patrimoniais/culturais (Cardoso, 2011).

O turismo e produtos derivados aparecem como oportunidade da revitalização dos meios rurais, melhoram a qualidade de vida das populações e valorizam os recursos em cima mencionados. O “ (...) turismo rural, pode ser visto como elemento de integração da população urbana ao meio rural (...) tendo como base a reconstrução, manutenção e valorização do património natural e cultural (...) preservação das raízes enquanto refúgio e sabedoria de muitos costumes, saber-fazer e formas culturais.” (Cardoso, 2011, pág. 93).

Segundo Carvalho e Correia (2011), referindo autores como Cavaco (1999), Joaquim (1999), Ribeiro (2003) e Carvalho (2007), as atividades de turismo rural (TER), tiveram desde meados dos anos 70 (século XX), apoios financeiros que permitiram alargar o seu espaço de ação a outras atividades como a animação turística, levando o TER a destacar-se no desenvolvimento rural. Na opinião de Lança (2009), citando Marinho e Brunhs (2003), “ (...) a animação turística pode ser considerada um instrumento de grande valor para um território devido à sua multifuncionalidade, na medida em que pode complementar um produto turístico que se quer único, singular, diversificado e diferenciador, podendo promover, revitalizar e defender todo o património local existente numa dada região.” (Valente, 2012, pág. 27).

O alargamento do conceito de TER ao domínio da animação, prende-se com o facto da necessidade de criar ofertas inovadoras e complementares aos serviços já existentes, como o alojamento, transporte e restauração. A presença da animação no turismo rural é um complemento que segundo Carvalho e Correia (2011), referindo Ribeiro (2003), serve para aumentar o número de dias da estada de um visitante, e segundo Ferreira (2004) permite a fidelização dos clientes para outros períodos. Para além disso e segundo Cavaco (1999), a animação permite ainda a divulgação de todo um conjunto patrimonial e de recursos endógenos do lugar.

Neste contexto tenho por objetivo mostrar que as atividades de animação turística são relevantes para o desenvolvimento económico e social das unidades hoteleiras, e para a região em que estas estão inseridas, contribuindo de um modo geral para o aumento das receitas e da economia local.

1.1 – Temática e objetivos

A animação turística é uma realidade emergente no turismo, devido ao novo turista que cada vez mais valoriza um tipo de turismo vocacionado para a participação e descoberta, ou seja, um turismo mais ativo. Este novo tipo de turismo deve ocorrer num misto de prazer, excitação e motivação, capaz de motivar a participação dos clientes em vários programas (Almeida, 2003).

Foi neste contexto que surgiu o interesse e motivação para estudar as questões relacionadas com as atividades de lazer, em contexto hoteleiro, e por crer que a animação é uma potencial solução para as unidades hoteleiras em espaço rural. Está certo que a capacidade de organizar atividades de animação em torno dos recursos turísticos é para muitos uma desconfiança, mas também é certo que a oferta da animação, é cada vez mais uma fonte geradora de receitas.

Assim a temática incide principalmente nas propostas de atividades de lazer em contexto hoteleiro, e no facto das mesmas terem impacto nas taxas de ocupação, e no aumento do número de dias da estada. Neste contexto escolhi o Duecitânia Design Hotel, unidade hoteleira na qual realizei o meu estágio.

Posto o tema, este relatório leva-me não só a relatar o trabalho realizado durante todo o estágio, mas principalmente a mostrar que as atividades de lazer são de grande importância para atrair pessoas e aumentar as receitas. Assim estabeleço como principais objetivos deste trabalho:

- Caracterizar o espaço rural em Portugal;
- Explicitar a importância do turismo e do lazer no espaço rural;
- Caracterizar a animação e a animação turística e hoteleira;
- Referir o papel da animação nos territórios rurais;
- Caracterizar a animação turística nas unidades hoteleiras;
- Caracterizar o território onde está inserido o Duecitânia Design Hotel;
- Analisar os recursos/produtos do concelho de Penela;
- Caracterizar o Duecitânia Design Hotel;
- Identificar os objetivos do hotel;
- Identificar as atividades de lazer elaboradas no âmbito do projeto de estágio, para o hotel.

1.2 – Metodologia

Para responder aos objetivos definidos recorri à seguinte metodologia:

- Análise bibliográfica, assente em diversas publicações (livros, revistas, jornais, teses e sebatas), em formato papel e digital;
- Análise de instrumentos de gestão territorial: PENT (Plano Estratégico Nacional de Turismo); Pré-Diagnóstico Social do Concelho de Penela, 2005;
- Tratamento de dados estatísticos: Censos da População 2011, estatísticas demográficas e Anuário Estatístico da Região Centro; tratamento de dados, relativamente ao número de visitantes de Penela nos últimos 3 anos, através de dados facultados pelo posto de turismo de Penela;
- Elaboração de um questionário em forma de inquérito, para obter alguns dados sobre a importância das atividades de lazer, em contexto hoteleiro.

1.3 – Estrutura do relatório

O relatório estrutura-se em quatro capítulos: no primeiro capítulo será introduzido o tema do relatório, bem como os objetivos e metodologia utilizada, o método e a forma de recolha de informação, a estrutura do relatório e uma breve descrição de todo o trabalho realizado durante o estágio curricular.

O segundo corresponde ao enquadramento teórico que consiste na revisão da literatura, onde faço uma caracterização do espaço rural em Portugal, do turismo e da sua evolução, bem como da importância do mesmo e do lazer no desenvolvimento rural. Ainda neste capítulo, é explicado no que consiste a animação e posteriormente, de uma forma mais específica é elaborada uma contextualização teórica sobre a animação turística e outros conceitos como a animação hoteleira, animador e animar. É também enunciado o papel da animação turística nos territórios rurais. Para finalizar o capítulo 2, é explicado o conceito de hotelaria e a sua relação com a animação turística.

No terceiro capítulo descrevo o espaço físico do concelho de Penela, onde está inserido a unidade hoteleira e caracterizo a sua demografia e a evolução da população residente, por sexo e idade. Ainda relativamente à população faço saber a taxa de natalidade, mortalidade e o índice de envelhecimento. Relacionado com o turismo aponto as potencialidades turísticas do concelho fazendo uma análise dos recursos e produtos turísticos. Para finalizar este capítulo apresento e analiso os dados sobre os visitantes a Penela.

Por último, no quarto capítulo, faço uma caracterização do hotel, indo diretamente ao objeto de estudo, apontando os pontos fortes e fracos, bem como os objetivos globais e específicos. Neste capítulo, apresento ainda os resultados obtidos no inquérito realizado aos hóspedes do hotel, sobre a contribuição das atividades de lazer para o hotel, bem como outras questões acerca do mesmo. Por fim a explicação do projeto durante o estágio. Este projeto consistiu na criação de atividades culturais e de lazer para o hotel.

1.4 – Descrição do trabalho durante o estágio

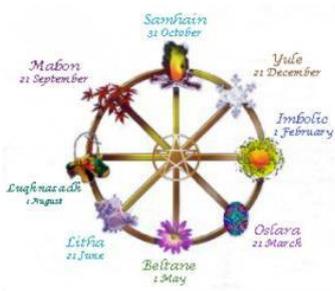
Na primeira reunião com a Dra. Helena Maduro, coordenadora de estágio no Duecitânia Design Hotel, ficou definido o seguinte objetivo de trabalho, que viria a ser o projeto, no qual trabalhei durante todo o estágio:

criação de pacotes turísticos com atividades de carácter natural, radical e cultural, utilizando como pano de fundo todos os recursos turísticos, possíveis, do Concelho, de maneira a que ao mesmo tempo que fazemos a promoção de Penela, contribuindo de certa forma para a economia local, atraímos turistas para o hotel, aumentando assim as receitas. Este foi o tema-chave do meu projeto, contudo, durante o período de estágio realizei outras tarefas e trabalhos, os quais passo a enumerar.

No dia 31 de outubro de 2012, foi comemorado com um jantar celta a Samhain – A Noite dos Ancestrais (figura 1). Para os Celtas o ano terminava no fim do dia 31 de Outubro. A noite não pertencia ao ano velho nem ao novo. Ficava fora do tempo perdido, permitindo que os ancestrais regressassem às suas antigas casas. Com medo de os confrontar, os Celtas passavam a noite na floresta, a comer, beber, cantar e a dançar. Tal como os antepassados o Duecítânia assinalou o fim de um ciclo e o início de outro com um jantar celta, no qual trabalhei para a preparação da ementa, na cozinha.

Convite

31 DE OUTUBRO 2012 às 21 HORAS



Buffet:

Javali na Brasa	Sidra
Ensopado no Caldeirão	Hidromel
Frutos secos	Sangria
Pudim de Mel	Vinho
Bolos e Tartes de Frutos	

Animação e Rituais Celtas
Maqueto
Queimada Galega

Reservas limitadas até 28 de Outubro.
Contactos: (+351) 239 700 740
Email: reservas@duecitania.pt

Ceia: 30€ por pessoa ou 50€ casal
C/ alojamento: 80€ por pessoa 100€ o casal

Fonte – Duecítânia Design Hotel

Figura 1 – Convite e ementa para a noite dos ancestrais

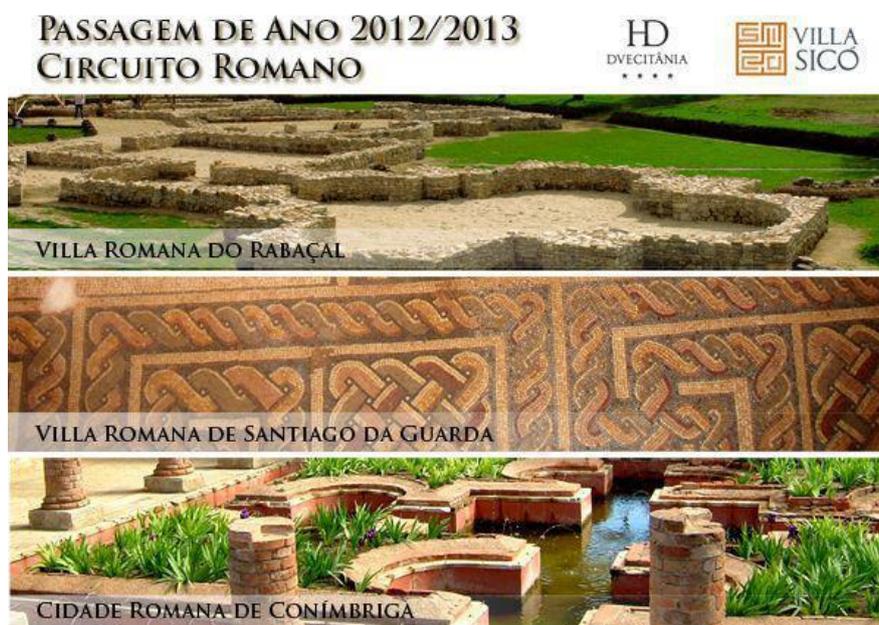
Em parceria com a Associação Terras de Sicó, procedi à elaboração de um programa de atividades, nomeadamente de cariz cultural, para os dias 29 e 30 de dezembro de 2012. Tinha direito a este pacote de oferta quem comprasse as noites de 28 de dezembro a 1 de janeiro de 2013.

No dia 29 de dezembro os visitantes, os quais acompanhei durante toda a visita, puderam usufruir de uma visita guiada, pela Vila de Penela, onde visitaram algum património arquitetónico, como o castelo e a igreja. Da parte da tarde tinham a possibilidade de fazer um tratamento especial à escolha do programa do Spa, ou ainda se preferissem, teriam ao seu dispor um voucher

para usarem na visita ao Penela Presépio. Toda esta visita foi orientada pelo Dr. Mário Duarte, vereador da cultura da Câmara Municipal de Penela.

Para o dia 30 os visitantes tinham reservada uma visita guiada ao circuito da Romanização (figura 2), e por isso tiveram a possibilidade de visitar as Ruínas de Conímbriga, a Villa Romana do Rabaçal e a casa senhorial de Santiago da Guarda. No Rabaçal, na visita ao espaço museu assistiram a uma breve introdução sobre a história do queijo do Rabaçal e da sua confeção, e à prova do mesmo, a qual se tornou um verdadeiro sucesso, que resultou na compra de vários produtos por parte do grupo.

As atividades foram propostas pelo hotel e pela Associação Terras de Sicó e eu procedi à elaboração do programa desses dois dias.



Fonte – Duecitània Design Hotel

Figura 2 – Programa de passagem de ano – Circuito da Romanização

O Duecitània Design Hotel participou em alguns congressos e feiras, para que pudesse ser feita a publicidade do empreendimento. Para o congresso com os operadores turísticos, para as agências de viagens e para a publicidade porta a porta, foi elaborada uma brochura composta pelos seguintes itens: história do hotel, localização, preços, fotografias e programas da passagem de ano, a simbologia do hotel (Pégaso, SPQR- gênese da democracia) e o porquê do nome. Para além disto também continha alguns exemplos dos pacotes/experiências do hotel, para os quais procedi à elaboração dos textos descritivos (Anexo1):

– Um dia na Roma Antiga – A rota dos romanos;

- Experiências com tradição – A casa da Mestra;
- Uma paisagem cultural rica em tradição – Aldeias do Xisto;
- À descoberta de um fantástico mundo subterrâneo - Aventura Radical;
- Safaris fotográficos – A Rota dos Romanos, Aldeias do Xisto.

– No dia 15 de dezembro, dia anterior à abertura oficial do hotel, trabalhei na parte da restauração, mais concretamente na montagem da sala de jantar e na cozinha, onde ajudei a confeccionar alguns doces. Durante o jantar, no qual estiveram presentes 40 pessoas, servi à mesa;

– No dia 16 de dezembro, dia de abertura oficial do hotel, na qual contámos com a presença do Primeiro - Ministro Passos Coelho e da imprensa, trabalhei na montagem de todo o *buffet* e dos serviços de apoio (mesas com copos, bebidas), durante a qual aprendi a disposição de toda a comida num buffet (quentes, frios, doces, frutas).

– Colaborei na elaboração e preparação do cardápio de bebidas para o bar do hotel, o qual ficou dividido pelas várias categorias de bebidas vendidas pelo hotel (vinhos, sumos, licorosos, licores estrangeiros e nacionais, etc.).

– No dia 31 de dezembro, o Hotel organizou um programa de passagem de ano, do qual os clientes hospedados puderam usufruir, pagando uma quantia extra. Durante este dia trabalhei na montagem da sala e da tenda exterior, constituída por mesas, *buffets* de marisco, fruta e doces, e onde decorreu depois toda a animação, que ficou a cargo de uma banda. Ajudei na limpeza e na decoração de todo o espaço e ainda no serviço de mesa. Prestei algum apoio na cozinha, na confeção de algumas entradas e na montagem das mesas para o pequeno-almoço do dia seguinte.

– O hotel não tinha uma pessoa fixa para trabalhar na lavandaria, razão pela qual o trabalho era desempenhado por qualquer pessoa que estivesse livre. Esta situação mostrou um pouco de falta de organização no que diz respeito aos trabalhadores, uma vez que não tem os seus postos definidos acabando por toda a gente fazer um pouco de tudo, o que por vezes atrasava outras tarefas, levando conseqüentemente ao excesso de horas de trabalho. É também de salientar o facto de um hotel de 4 estrelas possuir apenas uma máquina de lavar, duas de secar e uma calandra (aparelho para passar os lençóis), o que em momentos de grande afluência se torna insuficiente, para conseguir que toda a roupa seja tratada em tempo útil, levando mesmo por vezes ao atrasado da preparação dos quartos. Seria de grande utilidade para o hotel e para os funcionários adquirir mais máquinas.

Na lavandaria aprendi a utilizar as máquinas e a dobrar as toalhas e robes de maneira correta, já prontos a serem postos no quarto. O serviço consistia então na lavagem da roupa, secagem e posteriormente na dobra e arrumação das

mesmas no ofício, local onde está todo um conjunto de toalhas, roupões, e lençóis, necessários para os quartos.

— Para além da lavandaria também aprendi um pouco das técnicas de *housekeeping* (limpeza de quartos). Desde fazer camas e saber a posição dos lençóis, à limpeza do quarto e da casa de banho, tudo tem uma maneira própria de se fazer, com os detergentes adequados para cada tipo de pedra ou louça, e até os *amenities*, composto por touca, sabonete, champô, gel de banho e copo de plástico e as tolhas devem ser apresentados ao público de uma maneira específica.

— Outro projeto no qual colaborei e procedi ao preenchimento de um conjunto de alíneas foi a candidatura ao programa PRODOR, para que o hotel consiga apoios para a construção de um percurso de arborismo, um espaço equestre e uma piscina biológica, os quais serão explicados mais pormenorizadamente mais à frente. Para esta candidatura foi necessário explicar as atividades desenvolvidas pelo hotel, tudo o que faziam ao nível da promoção, bem como as razões que justificam a apresentação do pedido de apoio. A descrição do que se pretendia, e das atividades a desenvolver também foi outro dos itens, assim como a caracterização do mercado para os produtos e serviços a desenvolver. O impacto da construção destes três serviços no território também foi importante explicitar, assim como os contributos para a valorização ambiental e eficiência energética, entre outros.

— A falta de funcionários fazia com que houvesse necessidade de em dias de grande afluência, ter que prestar alguma ajuda no bar no serviço de balcão e de mesas.

— Por outro lado, elaborei um dossier com os pacotes das atividades do hotel, que está na receção e qualquer cliente pode consultar. O dossier contém a descrição das atividades, o programa das mesmas, o preço e outras informações.

— Para o Dia dos Namorados foi elaborado um pacote especial que continua à inteira disposição do cliente. Este pacote consiste numa atividade de ar, o batismo de voo (Figura 3), com partida do aeródromo de Cernache. O preço até 3 pessoas é de 180 euros, e o voo tem a duração de uma hora, com um percurso à escolha dos clientes, feito por um piloto da força aérea. No dia dos namorados o restaurante tinha para o jantar uma sugestão do chefe, com um menu bem romântico e devido ao êxito desta iniciativa tive de prestar auxílio no serviço de mesas.



Fonte – Elaboração Própria

Figura 3 – Cartaz com a atividade do dia dos Namorados

– Em relação à BTL (Bolsa de Turismo de Lisboa), foi necessário a elaboração de uns textos sobre as atividades e serviços que o hotel dispõe para a sua promoção. O hotel teve na BTL um *stand*, no qual esteve uma funcionária do hotel, a informar de todos os serviços de que o hotel dispõe.

– No dia da Mulher o hotel organizou um jantar só para elas, onde cada pessoa pagava 15 euros e tinha direito à refeição e a animação (karaoke e música). Para este jantar o hotel conseguiu a inscrição de 163 pessoas, que tiveram algumas surpresas durante o jantar, como o sorteio de 3 massagens para a SPA. Para este dia ajudei na preparação das mesas e na decoração do espaço, onde se realizou o jantar.

– Para além de todas as tarefas mencionadas, procedi ainda à elaboração de um *dossier*, composto por mapas, com a localização das Aldeias de Xisto mais próximas. Além dos mapas, tinha também informações como as coordenadas, o que visitar e ainda os restaurantes onde comer. Este *dossier* encontra-se na receção para consulta.

2 – Contextualização Teórica

Desde a década de 60 do século XX, Portugal centrou a sua atividade turística no produto Sol e Mar, mais conhecido pelos 3 “S”- *Sun, Sea and Sand*. Porém a necessidade de competir com outros países, acompanhar as mudanças da sociedade e corresponder às necessidades dos novos turistas, os 3 “S” antigos, dão agora lugar a um novo tipo de turismo, “...caracterizado pelos 3 novos “S” – *Sophistication, Specialization and Satisfaction*”, (Cunha, 1997, em Maricato, 2012, pag.16), com o objetivo de aproveitar todo o espaço territorial português, e não apenas o costeiro (Maricato, 2012).

Nos últimos anos o turismo de massas tem vindo a ser substituído por um turismo mais responsável, mais específico e mais sustentável. Estes conceitos, revolucionaram o mundo das agências de viagens e dos operadores turísticos, que procuram responder às novas necessidades do cliente. É deste novo turista que surge segmentos de mercado como o turismo alternativo, sustentável, animação turística e diversas formas de turismo como, aventura, rural, ecológico, experiencial, entre outros (Peres e Lopes, 2009).

A crescente importância do rural, bem como a sua preservação, só foi notada em Portugal mais tarde que nos restantes países ocidentais, no entanto assistimos atualmente à sua valorização. As áreas rurais passaram a ser identificadas como novos lugares de recreio e lazer, de tal modo, que a procura destes espaços por pessoas não rurais, tem sido uma constante. A crescente procura da multifuncionalidade destas áreas leva a que estes espaços de produção se transformem em espaços de consumo, pois tal como Urry (2012) refere “ (...) é o próprio espaço que é consumido nem que seja só pelo olhar do turista (...) ” (Cardoso, 2011, pag.48). Para além dos recursos naturais e culturais de grande qualidade de que os territórios rurais são detentores, apresentam três elementos-chave: a paisagem, as tradições e o património. São espaços de preservação de memórias e heranças patrimoniais/culturais (Cardoso, 2011).

O turismo e produtos derivados aparecem como oportunidade da revitalização dos meios rurais, melhoram a qualidade de vida das populações e valorizam os recursos em cima mencionados. O “ (...) turismo rural, pode ser visto como elemento de integração da população urbana ao meio rural (...) tendo como base a reconstrução, manutenção e valorização do património natural e cultural (...) preservação das raízes enquanto refúgio e sabedoria de muitos costumes, saber-fazer e formas culturais.” (Cardoso, 2011, pag.93). Desde a observação da natureza e interpretação ambiental, dos percursos pedestres e de BTT, passando pelas atividades mais radicais como slide, rappel e outras, “ (...) existe uma panóplia de atividades que se podem realizar

nestes espaços, já que estes possuem o requisito obrigatório para a promoção deste produto turístico: a natureza singular e única.” (PENT, 2006, em Valente, 2012, pág. 27).

Segundo Carvalho e Correia (2011) referindo autores como Cavaco (1999), Joaquim (1999), Ribeiro (2003) e Carvalho (2007), as atividades de turismo rural tiveram desde meados dos anos 70 (século XX), apoios financeiros que permitiram alargar o seu espaço de ação a outras atividades como a animação turística, levando o TER a destacar-se no desenvolvimento rural. Na opinião de Lança (2009) citando Marinho e Brunhs (2003) “ (...) a animação turística pode ser considerada um instrumento de grande valor para um território devido à sua multifuncionalidade, na medida em que pode complementar um produto turístico que se quer único, singular, diversificado e diferenciador, podendo promover, revitalizar e defender todo o património local existente numa dada região.” (Valente, 2012, pág. 27).

O alargamento do conceito de TER ao domínio da animação, prende-se com o facto da necessidade de criar ofertas inovadoras e complementares aos serviços já existentes, como o alojamento, transporte e restauração. A presença da animação no turismo rural é um complemento que segundo Carvalho e Correia (2011), referindo Ribeiro (2003), serve para aumentar o número de dias da estada de um visitante, e segundo Ferreira (2004) permite a fidelização dos clientes para outros períodos. Para além disso e segundo Cavaco (1999), a animação permite ainda a divulgação de todo um conjunto patrimonial e de recursos endógenos do lugar.

2.1 – O espaço rural em Portugal

O meio rural em Portugal tem passado por transformações significativas. Se por um lado a agricultura desempenha um papel primordial na paisagem rural, por outro, é apenas aquela atividade associada ao rural. Atualmente, ininterruptamente transformadas pela atividade humana, como a agricultura e a construção de casas, as áreas rurais deparam-se com alterações significativas como o êxodo rural e conseqüente diminuição da população, envelhecimento populacional, falta de emprego, quebra do uso dos meios agrícolas tradicionais e inexistência do escoamento de produtos da atividade agrícola para os mercados. No entanto, e apesar das mudanças apontadas, tem vindo a registar-se um crescente interesse pelo meio rural (Galvão e Vareta, 2010).

A agitação dos centros urbanos, o *stress* do dia-a-dia e a necessidade de conhecer novos locais, leva as pessoas a procurarem locais de descontração, de forma a satisfazer as necessidades de descanso e bem-estar. Um destes locais são as áreas rurais. A procura destes espaços

desenvolve a sociedade e a economia, estimulando a criação de unidades hoteleiras e outras infraestruturas, levando ao desenvolvimento local e/ou regional (Saraiva, 2012). A procura como área residencial ou como alternativa turística também é cada vez mais frequente. De um espaço predominantemente agrícola, estes espaços passaram a ser de consumo, onde a agricultura deixa de ser a única atividade. O meio rural e conseqüentemente a paisagem passam a ser multifuncionais. Esta multifuncionalidade baseia-se na reinterpretação do papel da agricultura no desenvolvimento rural, que para além de espaço produtivo, é cada vez mais, espaço de consumo imaterial, pois a agricultura é um meio de preservação dos modos tradicionais agrícolas (Galvão e Vareta, 2010). A prática da agricultura e a criação de animais, aliada à recuperação de todo um conjunto patrimonial, quer material e imaterial, surgem como uma oportunidade de revitalização destes territórios rurais, sendo uma mais-valia para a população e para os recursos rurais (Carvalho, 2011).

As áreas rurais deixaram de estar apenas ligadas à agricultura, sendo que este sector tem de estar interligado com outros usos do solo e com outros interesses. A dinâmica destas áreas tem de basear-se noutras atividades, que não a agricultura, de modo a manterem a sua sobrevivência (Galvão e Vareta, 2010). “ (...) O TER é uma das atividades que pode assegurar não apenas a revitalização económica do meio rural, como também os recursos, a história, as tradições e a cultura de cada região ”O turismo rural é (...) um fator de pluriatividade (...) ” (Correa e Mariani, 2009, pág. 2), que dinamiza outras atividades em conjunto com a atividade agrícola, como o artesanato, a comercialização de produtos regionais, os serviços de transporte, guias, de animação e lazer (Idem, 2009).

2.2 – O turismo

“O impacto que o turismo reflete em algumas sociedades é significativo. Em Portugal o turismo contribui, em início de século, com cerca de 8% para o PIB, disponibiliza cerca de 300 mil postos de trabalho, dá entrada a cerca de 12 milhões de turistas e, ocupamos o 16 lugar no ranking da OMT dos países produtores de turismo. Assim, somos obrigados a ter de deixar de falar em fenómeno para passar a ter de falar em Sector Estratégico, para o desenvolvimento futuro do nosso país” (Almeida, 2003, pág. 14). No Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT), em 2004 o turismo representava 11% do PIB.

“No mercado internacional, Portugal ambiciona crescer anualmente: 5% no número de turistas, atingindo os 20 milhões de turistas em 2015; e cerca de 9% nas receitas, ultrapassando o patamar dos 15 milhões de euros nesse ano,

ou seja, mais do dobro do atual volume de receitas. (...) Desta forma, o turismo irá contribuir positivamente para o desenvolvimento económico do país, representando, em 2015, mais de 15% do PIB e 15% do emprego nacional” (PENT).

O turismo é um dos sectores com maior importância para o emprego nacional, representando em 2004, 10,2% da população ativa.

2.2.1 – O turismo e a sua evolução

O turismo representa uma considerável fonte de receita para qualquer estado, chegando mesmo a ser um impulsor de desenvolvimento de regiões difíceis de explorar, muitas delas entregues ao abandono. Permite um melhor relacionamento entre os povos. Movimenta anualmente milhões de pessoas, que viajam consideravelmente de avião, comboio e barco, acabando com as barreiras da língua, das moedas e outras burocracias (Marques, 2007).

A palavra turismo nasceu do vocábulo inglês *tour*, que significa excursão ou viagem. O termo *touring* está relacionado com as viagens por prazer e às que apresentam características culturais ou desportivas. A palavra inglesa para viagem é *travel* e tem origem normanda, francesa e deriva de *travail*, que se suspeita de estar ligado ao facto de na Antiguidade o comércio ser o principal motivo das deslocações das pessoas. Três mil anos antes de Cristo as rotas de comércio das caravanas e dos navios já estavam estabelecidas, e na Grécia, tanto gregos, como não gregos, já se deslocavam para as Olimpíadas. Os romanos, cativados pelo desejo de aumentar o Império, foram grandes construtores de estradas, possuindo uma rede bem organizada, com locais de repouso durante todo o trajeto (Marques, 2007).

No século IX foi descoberto o túmulo de Santiago de Compostela e começou a realizar-se excursões pagas, organizadas pelos jacobitas. Entre o século XI e XIII realizaram-se as expedições militares-religiosas ou cruzadas e a partir do século XIV, com os novos conhecimentos da navegação e a invenção da bússola, as viagens tornaram-se mais frequentes e acessíveis. No século XVI a nobreza realizava viagens durante as quais eram acompanhadas por um professor. No século XVII a melhoria nos transportes terrestres facilitou as viagens e o século XVIII ficou marcado pelas viagens que os jovens aristocratas ingleses faziam pela Europa, acompanhados por um tutor, com a duração de seis meses a dois anos. Ainda no século XVIII, nomeadamente na primeira década, os turistas começam a frequentar os Spas, à procura de recreação, lazer e entretenimento. Em 1836 é publicada a coleção "Guides", de Itália, França e Suíça. Em 1841 Thomas Cook organiza a primeira excursão coletiva a Inglaterra, e em 1867 criou o voucher hoteleiro (Almeida, 2004).

O início do século XX foi marcado pela I Guerra Mundial, que levou a uma quebra no turismo, em todo o mundo. Em 1925, Mussolini incorporou o "*Dopolavoro*" na Carta de Trabalho, pretendendo com esta lei, ocupar o tempo livre dos trabalhadores com lazer, através de atividades como esqui e passeios de bicicleta. Na Alemanha, Hitler mandou organizar colónias de férias para os trabalhadores, evitando a saída do país, e conseqüente contaminação ideológica dos judeus. Em 1936, França regulamenta o direito a férias pagas, seguido da Itália que inseria atividades de lazer durante o horário de trabalho, com o objetivo de aumentar a produtividade e alegria no trabalho (Idem, *Ibidem*).

No período entre guerras as férias remuneradas passam a ser uma realidade.

Segundo Almeida, (2004), a II Guerra Mundial levou a uma nova paragem no turismo mundial. O pós-guerra ficou marcado pelo direito às férias pagas, e pelo aumento do interesse das pessoas em conhecerem novos locais. Em 1945 foi aprovada a Carta das Nações Unidas, que estabeleceu a Organização das Nações Unidas. Com a ONU, o turismo passa a ser entendido como um elo cultural. Primeiramente ficou a cargo da UNESCO e posteriormente, em 1975, foi criada a Organização Mundial do Turismo. Em 1957 o turismo aéreo é preferido ao náutico, devido à duração do tempo de viagem e aos preços económicos estabelecidos pelas empresas aéreas. Em 1956 realizou-se, em Berna, o primeiro Congresso Internacional do Turismo Social, onde ficou estabelecido as férias pagas por três semanas.

A partir da década de 60 os hotéis começaram a perceber a grande vantagem em ter a taxa de ocupação lotada, através dos pacotes turísticos das agências de viagens, e a década de 70 ficou marcada pela preocupação com o ambiente passando a ser questionados os efeitos negativos do turismo, nomeadamente a poluição provocada. Nos anos 80 assistimos a um *boom* do turismo, nomeadamente o crescimento do número de pessoas com direito a férias pagas, do número de pessoas que fazem férias pagas, mais que uma vez por ano e o aumento das passagens aéreas mais baratas (Almeida, 2004).

Nos anos 90 o turismo representava cerca de 8% das exportações mundiais e 180 milhões de empregos (Lundberg, 2000, em Almeida, 2004).

Enquanto em 1995 o número de chegadas de turistas era apenas de 530 milhões, em 2012 era de 1,035 milhões. A figura 4 mostra a evolução do número de chegadas mundiais de turistas internacionais entre 1995 e 2012.

As chegadas de turistas internacionais cresceram 4% em 2012, atingindo 1.035 milhões, de acordo com a mais recente estatística da UNWTO (*World Tourism Barometer*). Segundo a UNWTO o crescimento deverá manter-se em 2013, embora com um ligeiro decréscimo em relação a 2012.



Fonte – UNWTO, World Tourism Barometer, 2013

Figura 4 – Chegadas de turistas internacionais (1995-2012)

Como podemos observar, a figura 4 indica uma evolução positiva ao longo dos anos, com exceção dos anos de 2001, 2003 e 2009, onde se verifica regressão. No primeiro caso a regressão esteve relacionada não só com a conjuntura económica, mas também devido aos atentados de 11 de Setembro de 2001, em Nova Iorque. A segunda regressão, em 2003 deveu-se essencialmente a três fatores: a guerra no Iraque, em inícios de Março, ao aparecimento do vírus *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS), mais conhecido por pneumonia atípica e o adiamento do relançamento da economia mundial (Maricato, 2012). Por último, no ano de 2009 regista-se um novo decréscimo devido à pandemia de gripe, do vírus H1N1, também designada como gripe A, considerada pela Organização Mundial do Turismo, um caso de emergência na saúde pública internacional (Wikipédia, 2013).

O turismo tem tido um papel importante ao longo dos séculos. Foi devido a este fenómeno que se construíram novos acessos, se criaram novas tecnologias e se foram desenvolvendo novas estruturas hoteleiras. Movimenta pessoas, dinheiro, unindo nações e culturas, permitindo o conhecimento além-fronteiras. Levou à mudança de mentalidades e contribui diariamente para a economia dos estados.

2.2.2 – A importância do turismo e do lazer para o desenvolvimento rural

O turismo é uma realidade contemporânea patente na sociedade. É uma das áreas que mais atrai atenções e é objeto de estudo por parte de vários intelectuais. Atividade essencial à vida do homem no seu dia-a-dia, devido à necessidade de viajar, promove a cooperação entre as várias nações, quebrando barreiras como a língua, religião e cultura (Almeida, 2003).

Fator de desenvolvimento da economia a nível mundial é um elemento importante no desenvolvimento de várias regiões, países e continentes. Salvação para muitas regiões, o turismo surge como uma oportunidade para atingir o desenvolvimento necessário. No entanto temos de ter perfeita consciência, que esta ligação do turismo e das regiões, só resulta se for desenvolvida em harmonia, e for devidamente vantajosa para todos os intervenientes deste processo. “O turismo cria uma relação, a vários níveis, entre a comunidade visitada e os visitantes que a procuram” (Almeida, 2003, pág. 51), pois “O turismo só deve ser encorajado na medida em que proporcionar à população hospedeira uma vantagem de ordem económica, antes de tudo, sob a forma de lucros e empregos – que a mesma terá desejado, onde esta vantagem seja de natureza duradoura e não traga prejuízos aos outros aspetos de qualidade de vida. As implicações de um projeto (custos e benefícios económicos, compatibilidades sociais e ecológicas) devem ser bem esclarecidas antes da execução” (Krippendorf, 1989, pag.186, citado por Almeida, 2003, pag.51).

As medidas e apoios da União Europeia, para os espaços rurais, sofreram mudanças acentuadas nos últimos anos. Depois de um período marcado pelas preocupações produtivistas, com as medidas para os agricultores, destaca-se a preocupação ambiental na sociedade rural que realça a multifuncionalidade da agricultura e do mundo rural, valorizando a unicidade dos recursos culturais e ecológicos, tendo como principal fio condutor a sustentabilidade. É neste contexto de mudança que o turismo e os novos produtos turísticos “ (...) emergem como oportunidade para revitalizar os territórios de matriz rural, melhorar a qualidade de vida das populações e valorizar os seus recursos mais relevantes (como o património).” (Carvalho, 2011, pág. 15).

A mudança do uso produtivo do espaço rural para o uso recreativo é inseparável dos seus recursos culturais, como os passeios pedestres ou a observação de fauna e flora. O pedestrianismo é hoje uma atividade muito usual e praticada, devido a uma consciencialização por parte da população em geral, no que diz respeito aos efeitos benéficos para a saúde e devido à conjuntura económica atual, que não permite a ida ao ginásio. Tal como o pedestrianismo, também as atividades de percursos pedestres, no turismo,

privilegiam os territórios com grande paisagem natural. As áreas rurais apresentam potencial para se desenvolverem como destinos turísticos de atividades de natureza, como a observação de fauna e flora, o pedestrianismo em meio rural, entre outras, contrariando a tendência do abandono e despovoamento. Para além disto, as áreas rurais apresentam valores patrimoniais e paisagísticos relevantes, que permitem a transformação ou construção de novos espaços de lazer (Correa e Mariani, 2009).

A competitividade é uma realidade nos dias de hoje, e com a quantidade de oferta existente é preciso ser diferente, é necessário ser-se inovador. Atualmente a diferença está no conhecimento, no saber, elementos que dependem de uma equipa bem qualificada e formada, fatores que contribuem para um desenvolvimento turístico com mais qualidade e conseqüentemente mais apelativo (Almeida, 2003).

No entanto, segundo o mesmo autor, para além do conjunto de bons profissionais, a existência de infraestruturas modernas e bem equipadas, permite fazer um acolhimento de nível elevado, capaz de satisfazer as exigências do novo turista, pois “ (...) um produto ou empresa é competitivo quando mantém uma alta capacidade de inovação e constantemente garante a qualidade dos seus produtos ou serviços.” (Cunha, 1997, pag.218).

A participação nas atividades de lazer permite a fuga à rotina do quotidiano, aliviando o stress e contribuindo para o bem-estar (Torres, 2004).

“Lazer é uma série de ocupações com as quais o indivíduo pode comprazer-se de livre e espontânea vontade, quer para descansar, divertir-se, enriquecer os seus conhecimentos ou aprimorar as suas habilidades, quer para aumentar a sua participação na vida comunitária (...)” (Dumazedier, 1960, citado por Almeida, 2003, pag.36).

“As formas de lazer hoje mais praticadas continuam a relacionar-se muito com a mobilidade – o turismo – e com o convívio da natureza, que possibilita práticas de baixo custo, muito adequadas à crise...o culto da imagem do corpo e a procura de emoções fortes em modalidades desportivas de aventura são outra das marcas de lazeres destes anos mais recentes.” (Umbelino, 1996, citado por Almeida, 2003, pag.67).

“ O lazer não se reduz apenas ao tempo libertado pelo progresso económico e pela reivindicação social. Ele é também uma criação histórica, nascida da mudança dos controles institucionais e das exigências individuais.” (Dumazedier, 1967, citado por Almeida, 2003, pag.37).

Hoje o lazer é visto como um bem de consumo e, “As we approach the end of the century, leisure has become a global concept: sporting events are beamed into our homes y television, sport, recreation, art and entertainment attract tourists in their thousands to cities all over the world. ...consequently,

leisure is still largely a home-based activity, but, because of its diversity and popularity, has become one of the largest and most profitable industries in the world.”(Colquhoun, 1993, citado por Almeida, 2003 pág. 40).

2.3 – A animação turística e hoteleira

A animação turística é um conjunto de atividades que permite ao turista usufruir de uma determinada experiência. É um complemento da oferta primária (alojamento, restauração, serviços), e são atividades que podem ser lúdicas, culturais, desportivas e ambientais. Estas atividades ocupam o tempo livre dos visitantes aquando da estadia, contribuindo para o aumento do número de dias no hotel, e conferem à unidade hoteleira um maior sucesso entre os visitantes. “ (...) são oferecidas aos turistas por entidades públicas ou privadas, pagas ou não pagas, com o carácter de restabelecer o equilíbrio físico e psíquico, aniquilando a monotonia, o excesso de tensão e o stress.” (Chaves e Mesalles, 2001, em Almeida, 2003, pag.66 e 67). Para além disto, a animação turística pode ser entendida como “ (...) um conjunto de técnicas orientadas para potenciar e promover um turismo que estimula as pessoas a participarem, crítica e informadamente, na descoberta dos locais, sítios e monumentos que visitam.” (Lopes, 2009, em Peres e Lopes, 2009, pag.79). Ainda no contexto cultural, a animação leva a um desfrute turístico-cultural do património, contribuindo de uma forma positiva para o visitante, para o próprio património e para a comunidade local.

2.3.1 – A animação

A palavra animação deriva do latim “Anima” que significa dar alma, animar a alma. Numa sociedade onde as preocupações são uma constante, “Animação é dar sentido a uma vida cheia de compromissos sociais e profissionais, para uma maior conhecimento das culturas locais, fugindo à rotina das obrigações.” (Simpson, 1984, citado em Quintas y Castaño, 1998, pág.31 referido por Almeida, 2003, pág. 62).

A animação é uma atividade comercial, dinamizada por empresas como operadores, agências de viagens, empresas de animação turística, indústria hoteleira e de restauração. É uma atividade de entretenimento e deve implicar o consumo de experiências. Relativamente às atividades os turistas preferem experiências controladas mas com um certo grau de desafio, procurando autenticidade (Bucho, 2010).

A animação tem como objetivos o relaxamento e alívio do stress do dia-a-dia, despertar o sentido de grupo e de convivência, a integração dos

participantes e levar a que os turistas queiram permanecer mais tempo (Torres, 2004).

Animar significa dar alma, dar vida, dar a conhecer de uma forma dinâmica. É precisamente aqui que é importante o papel do animador. Pessoa responsável por animar, distrair e dar a conhecer ao turista, o animador tem como objetivo satisfazer as necessidades e os desejos dos novos turistas. A contratação de pessoas qualificadas é por isso uma condição indispensável das atividades de animação, pois muito dificilmente um projeto de animação terá sucesso se não for concebido por técnicos qualificados (Bucho, 2010).

O animador deve possuir um diversificado leque de atividades, de acordo com vários interesses e preferências, aumentando a margem de escolha. Mais importante, o animador deve cultivar a arte de saber. É a este conjunto de profissionais e aos serviços prestados por eles nos vários departamentos de um hotel, que se dá o nome de animação hoteleira, e que segundo (Chaves, Mesalles e Blanco, 2001, em Almeida, 2003, pag.71) “É o conjunto de ações sociais que um estabelecimento hoteleiro leva a cabo de uma forma programada, organizada, avaliada e continuada, com o fim de complementar o bem-estar dos clientes. Assenta na criação de uma estrutura que transmita tranquilidade e distrações complementares aos serviços clássicos hoteleiros. Além das atividades de grupo deve assegurar o divertimento e a distração.”

Contudo o conceito de animação é muitas vezes confundido com a atração, pelo que é importante, desde já esclarecer ambos os conceitos. Assistir a uma atuação de folclore é atração, é um espetáculo que o turista assiste da mesma maneira que vê televisão. Mas se tratar de uma aula de dança, como as de aeróbica, onde a própria aula e o professor induz o turista a participar ativamente, passa a ser animação. A ideia de animação é então conceber um processo de recursos que tornem uma atividade mais interessante, e que incentivem o turista a praticá-la (Torres, 2004).

A animação é um ponto perentório na procura turística, atraindo novos visitantes para as regiões, umas já ativas, procurando proporcionar ofertas diferenciadoras, outras ainda em vias de desenvolvimento, tentando impor uma dinâmica de lazer. Elemento de promoção e revitalização dos lugares, tornando-os em destinos mais atrativos, a animação contribui para a criação de postos de trabalho, principalmente nas comunidades locais e para o aumento da estadia e dos gastos dos turistas. Para além disto contribui para a recuperação do património e das atividades económico-tradicionais. A animação turística é em muitos casos o elemento desencadeador do processo de turistificação dos lugares, pois os espaços veem na animação uma oportunidade de atrair investimentos. A revitalização do património,

nomeadamente a recuperação de áreas antigas, é um dos modelos usados por muitas áreas (Alves e Ferreira, 2007, em Peres e Lopes, 2009).

As atividades realizadas pelos agentes de animação devem ir ao encontro das diferentes motivações dos consumidores quando estes se deslocam a um destino. Na tabela 1 podemos ver uma lista de atividades na natureza que podem ser realizadas em diferentes contextos e épocas.

Tabela 1 – Principais atividades de desporto de natureza

Atividades mais procuradas pelo mercado	
Motivação Principal	Atividades mais frequentes
Descansar e relaxar na natureza	Rotas de automóvel Passeios Suaves Fotografia
Interesse básico/ocasional na natureza	Passeios e excursões a pé, bicicleta, cavalo, barco, etc. Visitas a parques e reservas naturais
Interesse elevado/frequente na natureza	Observação da natureza Visitas guiadas a parques e reservas naturais Passeios e excursões a pé, bicicleta, cavalo, barco, etc. Percurso pedestres de dificuldade média Cicloturismo
Interesse profundo/habitual na natureza	Observação e interpretação da natureza Educação do meio ambiente Percurso pedestres de dificuldade média/alta Naturalismo Atividades de interesse específico: observação de fauna e flora, espeleologia, etc.
Desportos de aventura na natureza	Percurso pedestres Alpinismo/escalada Canoagem Parapente Canyoning Trekking Etc.

Fonte – Valente (2012), segundo THR (2006)

“Qualidade, originalidade e autenticidade das propostas de ocupação do tempo de viagem são atributos cada vez mais valorizados pelos visitantes/turistas.” (Alves e Ferreira, 2007, em Peres e Lopes, 2009, pag 98).

As atividades propostas para a ocupação do tempo livre, correspondendo às expectativas dos turistas, vão permitir a fidelização e o retorno dos mesmos, contribuindo para a criação de novos fluxos de turistas.

Em resumo, a animação tem como objetivos o relaxamento e alívio do stress do dia-a-dia, despertar o sentido de grupo e de convivência, levar a que os turistas queiram permanecer mais tempo e a integração dos participantes.

Os equipamentos de animação não seguem um padrão, pois diferem pela localização e pelo tipo de animação. Os custos destes equipamentos podem ser elevados para a entidade hoteleira/empreendimento, o que leva à procura de soluções, que passam muitas vezes pela candidatura de programas que financiam os projetos (Torres, 2004).

Segundo o mesmo autor a participação da comunidade é estimulada através das campanhas de sensibilização/consciencialização da população local, da importância do turismo para a localidade, incentivando-os a acolherem os visitantes e a serem hospitaleiros.

2.3.2 – Animação turística e hoteleira

Foi no início do século passado que surgiu a animação turística, na travessia do Atlântico, em cruzeiros de luxo, cujos modelos de animação passaram a ser utilizados posteriormente noutras áreas. Durante as viagens houve necessidade de ocupar o tempo livre dos passageiros, maioritariamente ricos e exigentes, sendo por isso primordial criar algumas distrações. Foi a partir deste momento que se foi estruturando um esquema de atrações, bem como de profissionais especializados (Torres, 2004).

Segundo o mesmo autor o conceito de animação foi melhorado a partir de 1950, quando o *Club Méditerranée* lançou um novo tipo de viagens de férias, em que ofereciam quinze dias de acampamento em tendas, com poucas instalações e conforto, mas em contrapartida ofereciam uma atividade complementar, e pouco conhecida até à altura, a animação coletiva. O *Club Méditerranée* tinha uma mais-valia, pois alguns dos seus fundadores possuíam uma boa técnica de comunicação, pelo que, quando as inscrições abriam as pessoas escolhiam os destinos em função do animador, e não propriamente pelas paisagens onde estava inserido o acampamento. A animação coletiva passou a ser um atração do destino, um novo produto turístico que atraía vários tipos de público, desde os jovens aos mais intelectuais. O *Club Méditerranée* foi um grande exemplo na valorização da animação turística, e na revelação da vontade dos turistas em terem uma participação mais ativa nas viagens.

No entanto para além do mérito do *Club Méditerranée*, também surgiram outros fatores de valorização da animação turística. Como consequência da

crise energética, houve uma mudança no modo de viajar das pessoas, que passam a planejar sozinhas, o roteiro das suas viagens, deixando de lado a hipótese de escolher um roteiro já feito. Outro facto importante refere-se ao próprio turista que à medida que aumenta o hábito de viajar e conseqüentemente enriquece o seu conhecimento, parece que a comodidade da estadia e a restauração, assim como o meio envolvente, não bastam para satisfazer as suas necessidades. O novo turista aneia por uma participação mais ativa, e por equipamentos e serviços que lhe proporcionem uma melhor utilização do tempo livre (Idem, ibidem).

No que diz respeito ao marketing, o surgimento de produtos específicos nas empresas, tem efeitos positivos por ser novidade, e para além disso contribui para o conhecimento/publicidade do mesmo. O fator novidade é a solução para combater a concorrência, e na conquista dos mercados (Torres, 2004).

A animação turística é um conjunto de programas/atividades com a finalidade de integrar o turista, de modo a que este participe nelas ativamente. É tempo dedicado ao lazer, ao divertimento e à descontração. São momentos de desinibição, que permitem uma melhor interação com o grupo. Para além de proporcionar momentos de lazer e descontração, também possibilita o enriquecimento cultural, onde a vivência de experiências por parte dos visitantes desperta o desejo de conhecer novas culturas e modos de vida. A participação nas atividades de animação permite uma fuga à rotina do quotidiano, aliviando assim o stress e contribuindo para o bem-estar (Peres e Lopes, 2009).

A animação turística está destinada aos utilizadores da entidade e/ou à população local, e é oferecida em instalações, equipamentos e serviços turísticos. Para além de ser um recurso de lazer e divertimento, a animação turística tem também a finalidade de aumentar as taxas de permanência dos turistas nos hotéis, bem como os gastos. Pode ser praticada nos diversos tipos de hotéis como motéis, pousadas, pensões, pousadas da juventude e outros, nos meios de transporte de longo curso, como cruzeiros, autocarros, aviões e comboios, e noutros tipos de empresas e ocasiões, como agências de viagens, congressos, convenções, eventos sociais e culturais, parques naturais, clubes desportivos, restaurantes, bares e outros (Torres, 2004).

A animação turística nos hotéis, em praias e nos lugares específicos para esse fim, torna as viagens mais convidativas, podendo ser um elemento diferenciador do espaço, que leva à sua escolha. Para além disso leva a uma maior interação no grupo por parte dos visitantes e à possibilidade de novos conhecimentos e amizades (idem, ibidem).

2.3.3 – O papel da animação turística nos territórios rurais

A atividade turística tem tido um papel importante na revitalização das áreas rurais, contribuindo para a transformação de áreas deprimidas económica, demográfica e socialmente.

A animação é um elemento fundamental dos destinos turísticos, juntamente com outros serviços como o alojamento, a restauração e transportes, chegando cada vez mais a ser o elemento diferenciador do destino, para com a concorrência. Apesar de muitos destinos rurais ainda não disponibilizarem atividades turísticas, e de alguns proprietários de empreendimentos turísticos rurais não considerarem essencial a animação, na escolha do destino, preferindo categorias como o conforto e a proximidade da natureza, os meios rurais oferecem grandes possibilidades de desenvolvimento de atividades de animação. Um dos elementos-chave dos territórios rurais é a autenticidade, fator que o turista valoriza na realização das atividades. O leque de atividades é muito diversificado, desde animação desportiva, de natureza, de aventura ou de cultura (Vieira, 2005).

As atividades de animação turística desenvolvidas em áreas classificadas ou com valores naturais, designam-se atividades de turismo de natureza, desde que reconhecidas pelo ICNF, Instituto de Conservação da Natureza e Florestas. Quanto às atividades desenvolvidas com embarcações com fins lucrativos, designam-se atividades marítimo-turísticas, fazendo parte, os passeios marítimo-turísticos, o aluguer de embarcações com e sem tripulação, os serviços efetuados por táxi fluvial ou marítimo, a pesca turística, os serviços de natureza marítimo-turística mediante a utilização de embarcações atracadas ou fundeadas, o aluguer de motas de água e de pequenas embarcações e outros serviços como o aluguer de bananas, paraquedas e esqui aquático (Artigo 4º do Diário da República, 1ª série, nº94, 15 de Maio de 2009).

De acordo com o guia das atividades de turismo de natureza da DECO as atividades terrestres são as seguintes: pedestrianismo, montanhismo, orientação, escalada, manobras de cordas, hipismo, BTT, espeleologia, esqui, snowboard, paintball, tiro ao alvo, entre outros. Relativamente às atividades aquáticas destaca-se o surf, o windsurf, *bodyboard*, *kyte surf*, mergulho, rafting, hidrospeed, remo, canoagem, canyoning, e outras. Por último as atividades aéreas, como para-quedismo, parapente, queda livre e balonismo (Valente, 2012).

A animação turística em territórios rurais deve contribuir para um novo produto turístico, criar novos postos de trabalho, para o aumento da estada e dos gastos dos turistas e principalmente contribuir para a preservação do património, bem como do ambiente. Para além disto deve estimular a

manutenção de atividades económicas tradicionais, e incentivar à preservação dos elementos que caracterizam a identidade local (Vieira, 2005).

2.4 – Hotelaria

A deslocação dos turistas leva a um grande movimento de dinheiro, e uma parte da percentagem desse capital destina-se à hotelaria. Sem hotelaria não há turismo. Uma pequena estalagem à beira da estrada é tão importante como um hotel de 4 estrelas na cidade. Cada um tem a sua quota de importância consoante o sítio onde está inserido.

2.4.1 – Um negócio antigo

“O negócio da hospedagem é quase tão antigo como a própria civilização e está diretamente ligado à necessidade de deslocação de pessoas, pelas mais variadas razões.” (Marques, 2007, pág. 17).

Ao longo dos vários escritos da história verificamos que as primeiras pousadas consistiam na oferta de alojamento das pessoas nas suas próprias casas. Também os romanos e os gregos, povo muito ligado ao comércio, possuíam uma maneira de hospedar altamente organizada, pois era muito frequente a peregrinação anual para visita aos santuários. Nestes estabelecimentos, ofereciam o alojamento e por vezes comida. Durante a Idade Média também se viajava bastante a pé e a cavalo, e a própria deslocação demorava dias ou até semanas. Para fazer face a estes inconvenientes da viagem e para servir os viajantes, existiam as hospedarias, que estavam localizadas em pontos estratégicos. Eram construídas ao longo das estradas, de forma a proporcionar alimento e descanso, tanto aos viajantes como aos animais que eventualmente os transportavam, ou carregavam mercadoria (Marques, 2007).

Segundo Marques (2007) com o uso de barcos para a navegação dos rios, e com o desenvolvimento das ferrovias, principalmente na Europa e nos Estados Unidos, as hospedarias passaram a situar-se juntos às vias fluviais e às ferrovias. Assim a pequena estalagem começava a dar lugar a novas unidades hoteleiras. No tempo da Bela Época os hotéis apostaram numa nova imagem e revolucionaram a indústria hoteleira, introduzindo novos elementos nos estabelecimentos, como a casa de banho privativa, o telefone no quarto, o *room-service*, os bagageiros e até o porteiro.

Na sequência do desenvolvimento dos hotéis, grandes cadeias hoteleiras consideraram a hotelaria um mercado promissor e um negócio rentável. Começou a surgir a cadeia *Sheraton* e os *Hilton*. Ao desenvolvimento

hoteleiro, também se juntou o desenvolvimento da indústria automóvel, que veio permitir uma maior facilidade de deslocação. Com o desenvolvimento aéreo, as companhias aéreas depararam-se com um problema, pois os aviões de passageiros descarregavam nos aeroportos mais turistas do que os hotéis existentes podiam albergar, fora as tripulações que também necessitavam de alojamento. Deparados com a pouca oferta hoteleira, as principais companhias aéreas decidem entrar no negócio da hotelaria e apoiar empresas já existentes na sua expansão. Exemplo disto foi a *Air France* que fez nascer os *Méridien* (Marques, 2007).

A hotelaria passava a ser um negócio em expansão e uma indústria competitiva, onde atualmente o hoteleiro já não podia apenas basear a sua oferta na simpatia dos empregados especializados que se alinhavam na receção para dar as boas-vindas a clientes de reputação. O facto de vivermos num tempo em constante mudança, onde as possibilidades de lazer, os hábitos e as necessidades dos turistas têm produzido alterações nas unidades hoteleiras, levando a uma emergência de novas tendências. Hoje em dia quem dirige um hotel tem de ser um profissional com muita dedicação e gosto no que faz, e tem de acompanhar a evolução da sociedade e a mudança de hábitos e necessidades dos clientes (Marques, 2007).

2.4.2 – Hotelaria e animação turística

A animação turística tem estado muito ligada ao campo da hotelaria, nomeadamente aos hotéis de férias e de cidade. No entanto, tendencialmente tem-se verificado uma maior implementação deste sector na área do turismo rural, provavelmente devido ao considerável espaço circundante de que estas unidades dispõem. Os hotéis de cidade são os estabelecimentos com mais dificuldade em desenvolver a animação, devido ao espaço, localizado em áreas de forte densidade urbanística, das infraestruturas e à brevidade das estadias, que não permitem a realização de programas alargados (Marques, 2007).

Atualmente, se para uns o alojamento é serviço suficiente, para outros este por si só, ou ainda que aliado à alimentação e transporte, não são suficientes para corresponder às exigências do novo turista. Com um perfil que ambiciona maior qualidade no que diz respeito ao entretenimento, à cultura e ao bem-estar, este tem sido um mercado que procura a diferenciação e a singularidade (Idem, ibidem).

Entre os novos tipos de animação surge a animação turística que introduz reorganização, diferenciação e renovação na oferta turística dos estabelecimentos hoteleiros. O reconhecimento da importância da animação turística nos dias de hoje é um facto impreterível, pois é a animação que traz

um novo significado à experiência turística, contribuindo para uma memória positiva do local (Marques, 2007).

A hotelaria teve então de conseguir as instalações necessárias à implementação da animação, o pessoal necessário para trabalhar, criando programas de animação, não só desportivos mas também culturais. Ao mesmo tempo que procura os meios para implementar a animação e renova os serviços, incentiva o pessoal para um apoio mais caloroso aos clientes, animando-os (Almeida, 2003).

Segundo Quintas e Castaño (1998) e Chaves y Mesalles (2001), citados em Almeida (2003), a animação nas unidades hoteleiras deve procurar:

- Diversão (fazer com que os clientes se divirtam durante a estadia);
- Integração (integrar os clientes na cultura do hotel e da região);
- Ocupação (manter os clientes ocupados nos tempos mortos);
- Participação (levar os clientes a participar nos programas do hotel);
- Tranquilidade (levar os clientes a um estado de tranquilidade, fazendo-os esquecer os problemas do dia-a-dia);
- Diversificação (procurar que os programas sejam diversificados, de maneira a que os clientes possam experimentar várias atividades);
- Interação (os programas devem levar as pessoas a interagirem umas com as outras);
- Pedagogia (ao participarem nas atividades os clientes devem adquirir algum tipo de saber, seja ele cultural, histórico, gastronómico, etc.);
- Fidelização (a interatividade criada com os programas, devem aumentar a cumplicidade entre o hotel e o cliente, para que o primeiro garanta no futuro a volta do segundo).

3 – Penela: território, lazer e turismo

Construído no Concelho de Penela, “Sob o lema Veni, Vidi, Vivi (Vir, Ver e Viver) nasce o HD | DUECITÂNIA DESIGN HOTEL. Um hotel temático, uma proposta de reinvenção de Roma, na sua essência, na sua vivência, nos seus aspetos mais brilhantes e marcantes. Um conceito que vive da fusão do espírito cultural romano, com um tratamento conceptual e formal de design contemporâneo, ajustado e focado naquilo que são hoje fatores capazes de oferecer a máxima qualidade aos seus hóspedes - uma experiência única e inesquecível” (Duecitània Design Hotel).

3.1 – Caracterização geográfica

O concelho de Penela está inserido na Região Centro que engloba os distritos de Coimbra e Castelo Branco e parte dos distritos de Guarda, Leiria, Viseu e Aveiro. Faz parte do distrito de Coimbra (figura 5), e de acordo com a designação das unidades territoriais, está abrangido pela sub-região do Pinhal Interior Norte conjuntamente com mais 13 concelhos a saber: Arganil, Góis, Alvaiázere, Figueiró dos Vinhos, Lousã, Miranda do Corvo, Tábua, Ansião, Oliveira do Hospital, Pampilhosa da Serra, Vila Nova de Poiares, Castanheira de Pera e Pedrogão Grande.



Fonte – <http://viajar.clix.pt/mapas/mapa17.gih>

Figura 5 – Mapa do distrito de Coimbra

Apresenta uma área de 132,49 km², repartida por 6 freguesias: Cumieira, Espinhal, Podentes, Rabaçal, Santa Eufémia e São Miguel.

O concelho de Penela é delimitado a norte pelos concelhos de Condeixa-a-Nova e Miranda do Corvo, a oriente por Figueiró dos Vinhos, a sul por Ansião, que juntamente com Soure são a sua fronteira ocidental. Situa-se entre Coimbra e Tomar e fica localizado no extremo sul do distrito de Coimbra (figura 6).



Fonte – <http://viajar.clis.pt/mapas/mapa3101.gif>

Figura 6 – Mapa simplificado da localização e delimitação de Penela

O concelho de Penela apresenta uma diversidade paisagística bastante rica e variada. As principais unidades litológicas e estratigráficas do concelho são os calcários, os xistos e os arenitos (Arnaut, 1983).

A noroeste, estendendo-se para sul encontramos na Serra de Espinhal terrenos constituídos por xisto e argilas, que no final do Paleozoico surgiram devido à metamorfização dos terrenos, por ação da pressão e do calor. Esta área está ainda inserida na Cordilheira Central, situado nos bordos do Maciço Hespérico e é marcado pela presença de rochas do Complexo Cristalofílico –

xistos luzentos e micaxistos dobrados e metamorfizados, cortados por veio e filões de quartzitos. Pertencem ao período Ante ordovícico da Era Paleozoica.

Na Serra de S. João, a sudoeste, encontramos o Complexo Xistograuváquico que pertence à Era Pré-Câmbrica. Para além disto, também podemos encontrar quartzitos e xistos ordovícicos e retalhos de rochas xistosas Pré- Câmbricas. De salientar também, é a existência dos quartzitos basais, as “Cristas do Espinhal”, com as cotas mais elevadas dos bordos do Maciço Hespérico. No centro do concelho, encontramos os arenitos sobre os quais se encontram Penela e Podentes. Estas rochas são do Período Triásico da Era Mesozoica (Idem, Ibidem).

A oeste, encontramos os calcários, onde se encontra as Serras do Rabaçal e o Monte de Vez. Ao longo de todo o Mesozoico houve sucessivos avanços e recuos do mar, e as latitudes reduzidas a que se encontravam esses mares e o carácter mais quente do clima levaram à precipitação de calcários em camadas sucessivas no fundo do mar. É assim que se formam estas Serras. Pela topografia deprimida e da pouca vegetação da depressão do Rabaçal surge uma outra espessa série predominante calco margosa. Com alternância de calcários, principalmente calcários margosos e margas, dispostas em camadas pouco espessas, que se desenvolvem no Liásico médio e superior. Ao Jurássico médio (Dogger) pertencem os calcários mais puros e espessos, responsáveis pelas elevações topográficas. O Bajociano e o Batoniano estão representados numa espécie série de calcários puros e compactos, os calcários de Sicó. Com pouca argila e forte permeabilidade estes calcários são responsáveis por quase toda a gama de formas cársicas, existentes nesta área (Arnaut, 1983).

O concelho de Penela está inserido numa área com características de regressão demográfica como se comprova com a análise da tabela 2, que se traduz num decréscimo da população residente, entre os anos de 2001 e 2011. É um concelho com grande dificuldade em fixar população como se pode comprovar pela diminuição da população.

Tabela 2 – População residente no concelho de Penela (2001-2011)

População Residente no Concelho de Penela	
2001	2011
6594	5983

Fonte – Elaboração própria com base em INE - Censos 2011

A população do concelho tem registado uma forte diminuição fruto da fraca oferta de emprego, da mobilidade e do envelhecimento populacional.

Relativamente à distribuição da população por sexo, podemos verificar que no concelho de Penela existem mais mulheres que homens. De acordo com os dados publicados nos Censos, em 2011 Penela registava 2841 homens e 3142 mulheres.

A tabela 3, apresenta a evolução mais recente da população penelense por grupos etários, permitindo assim conhecer a estrutura etária da população. Pela análise podemos verificar que os grupos etários mais jovens têm diminuído. Em 2001 existiam 823 crianças, enquanto em 2011 existiam apenas 731, e no grupo etário dos 15-24 também se registou essa tendência, 784 e 542 respetivamente. É de referir que no período em análise o grupo etário dos 65 ou mais anos registou um ligeiro decréscimo, no entanto, também a população com idades compreendidas entre os 25 e 64 anos de idade, apresenta um decréscimo significativo. Através destes dados podemos dizer que é evidente o envelhecimento da população, a quebra da natalidade e consequente diminuição da população.

Tabela 3 – População residente no concelho de Penela, por idades (2001-2011)

População residente no concelho de Penela por idades			
2001		2011	
0-14	823	0-14	731
15-24	784	15-24	541
25-64	3191	25-64	2957
65 ou mais	1796	65 ou mais	1754

Fonte – Elaboração própria com base em INE – Censos 2011

Na tabela 4 são apresentados os seguintes indicadores demográficos: taxa de natalidade, taxa de mortalidade, índice de envelhecimento e o crescimento natural.

Tabela 4 – Indicadores demográficos

Indicadores demográficos do Concelho de Penela			
Taxa de natalidade ‰	Taxa de Mortalidade ‰	Índice de Envelhecimento %	Crescimento Natural ‰
6,2‰	15,6‰	244,2%	- 0,94‰

Fonte – Elaboração própria com base em INE – Censos 2011

Na tabela 4 verifica-se que a taxa de natalidade é baixa (6,2‰). No entanto, segundo dados do diagnóstico social do concelho (2005), em 2001 a taxa de natalidade era de 5,6‰, o que nos leva a perceber que no ano de 2011 a taxa tinha aumentado. O facto da taxa de natalidade continuar baixa prende-se com o facto de os casais preferirem cada vez mais terem poucos filhos e cada vez mais tarde. O saldo natural do concelho é negativo, dado que a taxa de mortalidade é mais que o dobro da taxa de natalidade.

Como já foi referido anteriormente a população com 65 ou mais anos diminuiu, contudo a população jovem (25-64) também registou um decréscimo acentuado relativamente a 2001. Segundo os Censos de 2001, Penela apresentava um índice de envelhecimento de 218,2% em 2001. Em 2011 (tabela 4), verificamos um aumento da taxa, concluindo que a população do concelho envelheceu de um modo acentuado.

3.2 – Equipamentos e infraestruturas de turismo e lazer

No que diz respeito ao alojamento e segundo o Anuário Estatístico da Região Centro (AERC, 2011), Penela não apresenta nenhum estabelecimento hoteleiro, relativamente à categoria de hotel, pensão e outros. Consequentemente, também não possui capacidade de alojamento, sendo que apenas 7 dos concelhos do Pinhal Interior Norte possuem estabelecimentos hoteleiros como Ansião, Arganil, Castanheira de Pera, Lousã, Miranda do Corvo, Oliveira do Hospital e Pedrogão Grande (tabela 5).

Tabela 5 – Estabelecimentos hoteleiros e capacidade de alojamento do Pinhal Interior Norte (2011)

Estabelecimentos e capacidade de alojamento								
Concelho	Estabelecimentos				Capacidade de alojamento			
	Total	Hoteis	Pensões	Outros	Total	Hoteis	Pensões	Outros
Alvaiázere	0	0	0	0	0	0	0	0
Ansião	1	0	1	0	18	0	18	0
Arganil	1	1	0	0	68	68	0	0
Castanheira de Pera	1	1	0	0	43	43	0	0
Figueiró dos Vinhos	0	0	0	0	0	0	0	0
Góis	0	0	0	0	0	0	0	0
Lousã	2	1	1	0	126	92	34	0
Miranda do Corvo	1	0	0	1	53	0	0	53
Oliveira do Hospital	2	1	0	1	145	87	0	58
Pampilhos da Serra	0	0	0	0	0	0	0	0
Pedrogão Grande	1	0	1	0	24	0	24	0
Penela	0	0	0	0	0	0	0	0
Tábua	1	1	0	0	169	169	0	0
Vila Nova de Poiares	0	0	0	0	0	0	0	0

Fonte – Elaboração própria com base em Anuário Estatístico da Região Centro, INE

Uma vez que os dados do AERC remontam ao ano de 2011, não se encontrando por isso atualizados e uma vez que dizem respeito apenas aos estabelecimentos hoteleiros, senti necessidade de fazer uma pesquisa mais profunda e atual, relativamente ao alojamento.

No que toca à informação contida no *site* da Câmara Municipal, Penela possui os seguintes alojamentos: 1 pensão – Pensão Bigodes; 3 casas de turismo rural – Quinta do Espanhol, Casas do Favacal e Casa do Zé Sapateiro e 1 pousada, a Pousada do Rabaçal.

A consulta de outras fontes e o trabalho de campo permite afirmar que o concelho de Penela possui 4 casas ou quintas de turismo em espaço rural, as quais passo a enumerar: Quinta do Espanhol, em Santa Eufémia – casa solarenga e brasonada, que data do século XVI e apresenta características rurais, típica da região. Está localizada num lugar calmo, ideal para descansar e possui capacidade de alojamento para cerca de 13 pessoas; Casa do Favacal – localizada na freguesia da Cumieira, aldeia constituída por casas restauradas e que conta apenas com cerca de 20/30 habitantes, possui uma capacidade de alojamento para 8 pessoas; Casa do Zé Sapateiro – localizada em plena Aldeia do Xisto, na Ferraria de S. João, foi totalmente recuperada para receber até 10 pessoas, num ambiente familiar. Por último também localizada na Ferraria, o Vale do Ninho, um novo conceito de turismo sustentável, construído num ambiente de montanha, com capacidade para 8 pessoas.

Para além disto, Penela possui 1 Pousada, situada no centro histórico do Rabaçal, para cerca de 20 pessoas, 1 pensão no centro da Vila, a Pensão Bigodes, com capacidade para cerca de 10 pessoas e um parque de campismo municipal com uma lotação para 100 pessoas. Por fim na categoria de 4 estrelas, o Duecitânia Design Hotel, aberto ao público a 16 de Dezembro de 2012, situado na Ponte do Espinhal, com um ambiente moderno e tema romano e com uma capacidade de alojamento para 42 pessoas.

Em síntese penela possui 1 hotel, 1 pensão e 5 outros estabelecimentos, com um total de capacidade de alojamento para 213 pessoas. Pelo que podemos averiguar o concelho de Penela, tem unidades de alojamento suficientes para os visitantes que tem por mês, destacando a unidade hoteleira de 4 estrelas.

Relativamente aos museus (tabela 6), Penela possui o mesmo número que os concelhos que também são detentores destes equipamentos, não havendo nenhum concelho que possua mais do que um. No entanto é de salientar que existem concelhos que não possuem nenhum museu. No que diz respeito às galerias, apenas Pedrogão Grande regista um maior número que Penela, com mais uma galeria. A par de Penela, com duas, estão mais três concelhos e os restantes com uma, sendo que Ansião é o único que não possui nenhuma.

Tabela 6 – Museus e galerias de arte no Pinhal Interior Norte (2011)

Museus e galerias de arte		
Concelhos do Pinhal Interior Norte		
Nome	Museu	Galeria
Alvaiázere	1	1
Ansião	1	-
Arganil	-	2
Castanheira de Pera	1	1
Figueiró dos Vinhos	-	1
Góis	1	2
Lousã	1	2
Miranda do Corvo	1	1
Oliveira do Hospital	1	1
Pampilhosa da Serra	-	1
Pedrogão Grande	-	3
Penela	1	2
Tábua	-	1
Vila Nova de Poiares	-	1

Fonte – Elaboração própria com base em Anuário Estatístico da Região Centro (2012),
INE

O concelho de Penela ocupa o sexto lugar, juntamente com outros dois concelhos, nomeadamente Figueiró dos Vinhos e Pedrogão Grande, no que diz respeito ao número total de Imóveis classificados. Analisando de forma mais detalhada a Tabela 7, podemos observar que Penela possui 4 monumentos, a par com Figueiró dos Vinhos, número que pode parecer um pouco baixo comparando com Lousã e Oliveira do Hospital que possuem 17 e 15 respetivamente. No entanto existem 6 concelhos com número inferior ao de Penela. Relativamente aos conjuntos, apenas existe um concelho com 2 conjuntos, sendo que oito apresentam apenas 1 e os restantes não tem essa categoria de imóveis. Penela possui 1, acompanhando assim a média de conjuntos por concelho. Quanto aos sítios apenas três concelhos apresentam número: Oliveira do Hospital com 4, Tábua com 2 e Vila Nova de Poiares com 1. Penela não possui nenhum, tal como os restantes concelhos.

No que diz respeito à categoria de proteção, o concelho de Penela está na frente com o maior número de Monumentos Nacionais, com 3, juntamente com Oliveira do Hospital, também com 3, seguido de Lousã e Pedrogão Grande, com 2. Os restantes possuem 1, à exceção de Alvaiázere, Castanheira de Pera, Miranda do Corvo, Pampilhosa da Serra, Tábua e Vila Nova de Poiares, que não possuem nenhum. Relativamente aos Imóveis de Interesse

Público, Penela é dos concelhos com menos Imóveis, registando apenas 2, no entanto existem ainda 3 concelhos com menos. Oliveira do Hospital regista o maior número, seguido de Tábua, Arganil e Lousã, com 15, 9 e 6 respetivamente. Quanto aos Imóveis de Interesse Municipal, Penela não regista nenhum, a par com outros 7 concelhos. Lousã lidera a tabela com 10.

Tabela 7 – Bens culturais imóveis classificados do Pinhal Interior Norte (2011)

Bens Imóveis Culturais							
Pinhal Interior Norte		Categorias de Imóveis			Categoria de Proteção		
Concelho	Total	Monumentos	Conjuntos	Sítios	Monumento Nacional	Imóvel de Interesse Público	Imóvel de Interesse Municipal
Alvaiázere	3	3	0	0	0	3	0
Ansião	4	3	1	0	1	3	0
Arganil	10	8	2	0	1	8	1
Castanheira de Pera	1	0	1	0	0	1	0
Figueiró dos Vinhos	5	4	1	0	1	3	1
Góis	6	5	1	0	1	4	1
Lousã	18	17	1	0	2	6	10
Miranda do Corvo	2	1	1	0	0	2	0
Oliveira do Hospital	20	15	1	4	3	15	2
Pampilhosa da Serra	0	0	0	0	0	0	0
Pedrogão Grande	5	5	0	0	2	2	1
Penela	5	4	1	0	3	2	0
Tábua	9	7	0	2	0	9	0
Vila Nova de Poiares	1	0	0	1	0	1	0

Fonte – Elaboração própria com base em Anuário estatístico da Região Centro (2012),
INE

Segundo os dados do Anuário Estatístico da Região Centro (2012), Penela não possui nenhuma sala ou espaço de espetáculo, assim como também não registou nenhum espetáculo ao vivo, não obtendo por isso qualquer receita nos bilhetes (tabela 8). Contudo, é de salientar que Ansião é o concelho que possui mais salas ou espaços de espetáculos, seguido dos concelhos de Lousã, Oliveira do Hospital e Pampilhosa da Serra. O concelho

da Lousã possui o maior número de lugares e Oliveira do Hospital, apesar de ser o concelho com menor número de lugares, foi o que registou maior número de sessões e espectadores e conseqüentemente o maior número de bilhetes vendidos.

Os dados analisados dizem respeito ao ano de 2011 pelo que, é de referir que apesar de Penela não possuir nenhum espaço de espetáculo, atualmente procede, durante o ano, à elaboração de várias atividades, como feiras, teatros, e outras atividades de lazer.

Tabela 8 – Recintos de espetáculos e espetáculos ao vivo do Pinhal Interior Norte (2011)

Recintos de Espetáculos e Espetáculos ao Vivo							
Concelho	Recintos de Espetáculos				Espetáculos ao Vivo		
	Total	Salas ou espaços	Total lugares	Lugares	Sessões	Espetadores	Bilhetes vendidos
Alvaiázere	0	0	0	0	–	–	–
Ansião	1	2	320	320	0	0	0
Arganil	0	0	0	0	7	11000	0
Castanheira de Pêra	0	0	0	0	0	0	0
Figueiró dos Vinhos	0	0	0	0	32	8696	284
Góis	0	0	0	0	–	–	–
Lousã	1	1	484	484	6	1250	0
Miranda do Corvo	0	0	0	0	–	–	–
Oliveira do Hospital	1	1	180	180	33	14566	11216
Pampilhos da Serra	1	1	200	180	0	0	0
Pedrogão Grande	0	0	0	0	0	0	0
Penela	0	0	0	0	–	–	–
Tábua	0	0	0	0	–	–	–
Vila Nova de Poiares	0	0	0	0	0	0	0

Fonte – Elaboração própria com base em Anuário estatístico da Região Centro (2012),
INE

Quanto às empresas de animação turística, e analisando a tabela 9, no Pinhal Interior Norte, destaca-se o concelho da Lousã que possui 5 empresas, seguido de Oliveira do Hospital, com 3. O concelho de Penela tem apenas uma empresa de animação, contudo não é dos concelhos com menos empresas de

animação, pois concelhos como os de Ansião, Castanheira de Pera, Pampilhosa da Serra, Pedrogão Grande e Tábua não possuem nenhuma.

Tabela 9 – Empresas de animação turística do Pinhal Interior Norte

Empresas de Animação Turística				
Concelho	Denominação	Tipologia	Registo	Atividades
Alvaiázere	António Joaquim Marques Castelão	EAT	194/2012	Ar livre/Nat. e Aventura Cult./Tour Paisagístico e Cultural Água
Ansião	—	—	—	—
Arganil	Cumes do Açor- Turismo, Lazer e Aventura, Lda Tavolanostra- Eventos Globais, Lda.	EAT	43/2006 64/2002	— Ar livre/Nat. e Aventura
Castanheira	—	—	—	—
Figueiró dos Vinhos	Cordasstrong Unipessoal. Lda. Várzea da Raposa, Ecoturismo. Lda.	EAT	50/2006 72/2010	Ar livre/Nat. e Aventura Cult./ Tour paisagístico e cultural Água
Góis	Trans-Serrano- Aventura, Lazer e Turismo, Lda.	EAT	24/2003	Ar livre/Nat. e Aventura Cult./ Tour paisagístico e cultural Água
Lousã	– Enjoy Adventure, Organização de actividades de Animação Turística, Unipessoal, Lda. –Entre Gente – Cooperativa de Cultura, Turismo e Artesanato da Lousã, CRL – Montes D’Aventura – Animação, Turismo e Ambiental da Serra da Louzan, Lda. – Turislousã – Serviços Hoteleiros Unipessoal, Lda. – Waypoint – Animação Turística e Eventos, Lda.	EAT	24/2003 27/2011 243/2012 61/2004 2/2007 59/2008	Ar livre/Nat. e Aventura Cult./ Tour paisagístico e cultural Água
Miranda do Corvo	PBSL- Parque Biológico da Serra da Lousã, Unipessoal, Lda.	EAT	131/2011	Ar livre/ Nat. e Aventura Cult./ Tour Paisagístico e cultural
Oliveira do Hospital	– Carpe Vinum – Eventos com aroma – Organização de Eventos, Unipessoal, Lda. – João Manuel Amaro –Jonh Walker	EAT	31/2005 196/2012 17/2013	– Cult./ Tour paisagístico e cultural; – Ar livre/nat. e aventura Cult./ Tour paisagístico e cultural Água – Ar livre/ Nat. e aventura

Pampilhosa da Serra	0	0	0	0
Pedrogão Grande	0	0	0	0
Penela	Go Outdoor, Lda.	EAT	47/2007	- Ar livre/nat. e aventura Cult./ Tour paisagístico e cultural Água
Tábua	0	0	0	0
Vila Nova de Poiares	Bowling Bar do Centro, Lda.	EAT	57/2004	-

Fonte – Elaboração própria com base no site do Turismo de Portugal

3.3 – Recursos e produtos turísticos

O património cultural pode ser definido como um bem de natureza material ou imaterial, importante na identidade de um povo. Segundo a UNESCO, o património material é constituído por um conjunto de bens culturais, classificados da seguinte maneira: arqueológico; paisagístico e etnográfico; histórico; belas artes e artes aplicadas e o património imaterial são todos os bens relacionados aos saberes, às habilidades, às crenças, e às práticas.

O património, são os bens que herdámos do passado e que pretendemos transmiti-los às gerações futuras. É seguindo esta importância da necessidade da conservação do património, que passo a descrever o património do concelho de Penela. Começo pelo património natural, a saber:

– Vale do Rabaçal (Figura7)



Autoria – Maria João Pereira

Figura 7 – Vale do Rabaçal

– Grutas de Algarinho- permitem a prática de espeleologia e são consideradas as maiores grutas do nosso país. Localizam-se na área das Taliscas;

– Monte Vez – oferece uma vista privilegiada de grande parte da área do concelho, permitindo observar além de Penela e Espinhal, o Castelo do Germanelo e as Serras do Espinhal e do Rabaçal;

– São João do Deserto – “Com um bom binóculo e um pouco de imaginação, avistam-se dali cinco distritos, além, evidentemente, do de Coimbra: os distritos de Leiria, Castelo Branco, Guarda, Viseu e Aveiro. Subir alguns quilómetros para ver cinco distritos, temos de reconhecer que vale a pena. E não se gasta nada, – a não ser as botas”, conforme escreveu Eugénio de Castro, citado no roteiro turístico da Câmara Municipal de Penela.

– Cascata da Pedra da Ferida – Localizada no Espinhal convida a um passeio pedonal até à cascata;

– Represas naturais da Louçainha – Entre o verde das serras e a paz da natureza, pode encontrar aqui as piscinas naturais, um parque de merendas e um restaurante panorâmico;

– Serra do Espinhal – Daqui avista-se a Vila de Penela com o seu castelo. Pode-se desfrutar de uma paisagem inigualável cheia de cores, devido à imensa variedade de plantas e árvores de que se cobre a serra. De realçar a existência do miradouro da Serra de Sta. Maria, onde podemos encontrar um relógio de sol;

– Flora – A imensa variedade de plantas existentes um pouco por todo o concelho, estão presentes nos produtos endógenos, mais conhecidos como o queijo do Rabaçal e o mel da Serra da Espinhal. O queijo do Rabaçal apresenta um sabor peculiar devido à quantidade de Erva-de-Santa-Maria (Figura 8) que as cabras e ovelhas pastam nos montes. O mel é profundamente marcado pela urze, planta abundante na Serra do Espinhal.



Autoria – Maria João Pereira

Figura 8 – Erva de Santa Maria

O concelho de Penela é detentor de um vasto património natural, que, com a sua beleza atrai o visitante para o imenso verde de que dispõe. Todo este conjunto de recursos turísticos convida a passeios pela natureza, quer para observação da fauna e flora, ou simplesmente para relaxar. Os apaixonados pela descoberta, podem ainda embrenhar pelas grutas, ou pelas águas refrescantes das represas.

Em relação aos recursos culturais materiais, importa destacar:

— Castelo de Penela – Monumento classificado. De salientar a porta da traição, que apresenta uma abertura dupla em cotovelo, integrada na torre, o que denota a influência da tradição muçulmana na fortificação (Figura 9).



Autoria – Maria João Pereira

Figura 9 – Castelo de Penela

– Igreja de São Miguel – Possui uma capela-mor e a imagem da Senhora com o Menino;

– Pelourinho de Penela – Monumento classificado. Remonta à época medieval e possui dois brasões que representam o brasão de armas do Concelho de Penela;

– Igreja da Misericórdia – Igreja da segunda metade do século XVI cuja porta principal apresenta elementos do período Manuelino, Renascentista e Maneirista;

– Igreja de Santa Eufémia – Monumento classificado. Templo da época Renascentista com um corpo de três naves, constituído por uma capela dedicada ao Espírito Santo, onde existe um retábulo de pedra de Ançã, saído de uma oficina Conimbricense, por volta do século XVI;

– Igreja Matriz de Podentes – No seu interior possui apenas uma nave e uma única capela, cujo altar-mor é oitocentista;

– Pelourinho de Podentes – Monumento classificado. De estilo Manuelino, é o maior fuste de um só bloco datável desta época, encontrado em Portugal;

– Igreja Matriz do Rabaçal – Possui uma só nave e uma capela. Os dois altares presentes nos flancos são de estilo Neoclássico;

– Villa Romana do Rabaçal – Faz parte do território da antiga *Civitas*, junto da via romana que ligava *Olisipo* a *Bracara Augusta*. Desta Villa conhece-se o alojamento, a residência senhorial e o balneário;

– Castelo do Germanelo – Erguido por D. Afonso Henriques é um castelo típico do período da Reconquista (Figura 10). Dali observa-se o vale do Rabaçal;



Autoria – Maria João Pereira

Figura 10 – Castelo do Germanelo

– Convento de Santo António – Monumento Classificado. Fundado em 1578 está nas mãos de particulares desde 1834, ano em que a Ordem Franciscana foi extinta. Encontra-se em elevado estado de degradação. De salientar o conjunto de azulejos setecentistas e de fabrico Conimbricense, que apresentam painéis evocativos da vida de Sto. António;

– Capela e Moinho de Vento de Monte Vez;

– Igreja Matriz da Cumieira – É constituída por um Sacrário barroco em talha dourada. Na capela do Sacramento estão guardadas duas esculturas em calcário branco de Ançã provenientes de oficinas Coimbrãs;

– Aldeias Típicas – Destaca-se a Ferraria de S. João, aldeia serrana com arquitetura rural típica, integrada na Rede das Aldeias do Xisto;

– Igreja Matriz do Espinhal – Tem por patrono S. Sebastião e é constituída por três naves, capela-mor e capelas colaterais.

Com um total de cinco imóveis culturais classificados o concelho de Penela apresenta um rico património cultural, que qualquer visitante deve conhecer. O património religioso domina, seguido dos castelos e dos pelourinhos.

Por outro lado é importante referir o património cultural imaterial, como a gastronomia, as festas e romarias e o artesanato.

Relativamente à gastronomia é de destacar alguns dos produtos típicos da região, dois dos quais conhecidos ao nível nacional, sendo o Queijo do Rabaçal e o Mel da Serra de Sicó, respetivamente. Para além destes é de referir ainda o azeite e vinho Terras de Sicó, o cabrito e o borrego, as ervas aromáticas, como a salsa, a lavanda e o tomilho e os frutos secos como a noz, as passas de figo ou uva e o chicharo.

No que concerne a feiras e romarias são de destacar as seguintes: feira do mel do Espinhal, no primeiro domingo de Setembro, a par com a festa em honra de Nossa Senhora da Piedade; na Tola, a festa em honra da Nossa Senhora do Livramento, no 1º fim-de-semana de maio; no 1º fim-de-semana de junho as festas em Santo Amaro em honra do santo com o mesmo nome; em Penela, a festa em honra da Nossa Senhora da Nazaré a 15 de agosto; o São Mateus, em agosto, nos Carvalhais; em Alfafar a festa em honra da Nossa Senhora das Neves, no último fim-de-semana de agosto; Podentes com a festa da Nossa Senhora do Pranto, no 2º domingo de setembro; no Rabaçal, a festa de Santa Maria Madalena, em agosto; a festa em honra da Nossa Senhora do Socorro na Cumieira, no 1º fim-de-semana de maio e nas Grocinas a festa em honra da Senhora do Livramento, no 4º fim-de-semana de maio.

O artesanato tem pouco ênfase, estando muito pouco representado no concelho. No entanto Penela dispõe de um rico património de atividades artesanais, sendo que esta riqueza está presente nas obras produzidas pelos artesãos de vime (Figura11) e de mobiliário de corda.



Autoria – Maria João Pereira

Figura 11 – Cestos de Vime

3.4 – Análise dos dados dos visitantes

Uma vez que o Posto de Turismo de Penela teve a amabilidade de me fornecer os dados sobre os visitantes a Penela, dos últimos 3 anos, 2010, 2011 e 2012 respetivamente, bem como alguns dados do ano decorrente, procedi a uma análise pormenorizada destes dados, o que permitiu tirar as seguintes conclusões:

De acordo com os dados do anexo 2, no ano de 2010, o mês com maior número de registo de visitantes foi agosto, com 1324 visitantes, seguido dos meses de junho, julho e dezembro, com 1122, 1228 e 1048 respetivamente. O mês de março registou quase 1000 visitantes, com 922, enquanto fevereiro, abril, outubro e novembro se revelaram os meses mais fracos, com números inferiores a 500 visitantes, com 247, 483, 419, e 422. Relativamente às nacionalidades que visitam Penela, destaca-se, com maior número os portugueses, seguido dos ingleses e dos espanhóis. Os alemães são os que menos visitam a vila. No que diz respeito aos agrupamentos, viajar por outros motivos, que não aqueles discriminados nas tabelas, em excursão, família e individualmente são os mais frequentes. A grande maioria visitou Penela para adquirirem informação geral, pela restauração e pela praia fluvial. A classe etária que mais se registou, foi a dos indivíduos com idades compreendidas entre os 40-50 anos, seguido dos com mais de 60.

No que diz respeito ao ano de 2011 (anexo 3), e observando as tabelas no anexo 3, verifiquei que dezembro, agosto e janeiro foram os meses com maior número de visitantes com 1385, 1096 e 992 respetivamente, enquanto Novembro, Outubro e Abril foram os meses com menor número, com 230, 374 e 545. Os visitantes conhecerem a vila a título individual, acompanhados da família ou em excursão. No entanto, a visita por outros motivos foi a mais assinalada. Visitaram a vila por obterem informação acerca da mesma e por outros motivos. Tal como em 2010 o grupo etário que mais visitou Penela era constituído por pessoas com idades compreendidas entre os 40 e os 50 anos, seguido de pessoas entre os 50 e os 60 e mais de 60. A grande maioria dos visitantes foi portuguesa, seguido dos ingleses.

Analisando os dados das tabelas no anexo 4, no ano de 2012 as estatísticas apontam para uma quebra do número de visitantes, sendo que apenas o mês de setembro regista valor superior a 1000 visitantes, mais precisamente 1582. Agosto quase ultrapassa os mil visitantes, no entanto mantem um total de 973. Os meses de janeiro, junho e julho registaram cerca de 600 visitantes por mês e os restantes meses número inferior a 500 visitantes. Nas nacionalidades os portugueses e ingleses continuam a dominar.

Ao contrário dos anos de 2010 e 2011, em 2012 os visitantes são maioritariamente casais, seguida da visita individual. Também em destaque continua a categoria “outros motivos”. No que diz respeito ao motivo da visita, a categoria da informação é a que obtém maior número de visitantes, seguido da indicação e dos eventos. De salientar que a categoria dos eventos, teve mais ênfase nos meses de setembro e dezembro. Relativamente às idades, o grupo etário que mais visitou Penela foi o das idades compreendidas entre os 40 e os 50 anos, seguido dos de 50-60.

Relativamente ao ano de 2013 (anexo 5), apenas possuo dados até ao mês de Julho, no entanto já dá para fazer alguma análise. Comparando os dados de 2013, com os dados dos anos anteriores é facilmente detetado que o número de visitantes têm vindo a diminuir, pelo que nenhum dos meses apresenta ainda valor superior a 500 visitantes, sendo que abril ainda foi o que registou maior número, com 489. O pior mês foi fevereiro com 159 visitantes. A nacionalidade portuguesa e inglesa continuam a ser a que mais caracteriza os visitantes, que continuam a vir aos pares, por indicação e em excursão. O motivo da visita, continua a ser por informação obtida e outros motivos não especificados. Janeiro regista a visita por motivos de evento, o que poderá estar relacionado com o presépio animado. Até ao momento a faixa etária entre os 50 e os 60 anos de idade domina a maioria dos visitantes.

Em síntese, no ano de 2010 os meses com maior número de visitas foram o de julho, junho, dezembro, maio e setembro e os meses mais fracos foram fevereiro, março, outubro e novembro. A visita durante os meses quentes

talvez se deva ao facto das pessoas se encontrarem de férias, enquanto em Setembro poderá ser devido á Feira do Mel e das Nozes e em dezembro à vila presépio. No ano de 2011 dezembro, agosto e janeiro registaram os valores mais altos e novembro, outubro e abril os valores mais baixos. Relativamente ao ano de 2012 setembro e outubro foram os meses com maior número de visitantes, enquanto janeiro, junho e julho os meses com menor número.

Para além dos dados dos visitantes o posto de turismo também facultou dados referentes às entradas no castelo (tabela 10). Estes dados são apenas estimativas usadas pelo posto de turismo, que contabiliza as entradas a partir daquele local, ao longo do dia. Comparativamente aos dados sobre os visitantes, os meses com maior número de visitantes continua a ser os meses de verão, nomeadamente maio, junho, julho, agosto e setembro e os meses de janeiro e dezembro. No ano de 2010 destaque para o mês dezembro que registou 29.456 visitantes, número que veio a diminuir em 2011 para 28.839, apesar de continuar a ser o mês com maior número. No ano de 2012 o valor registado nos meses de junho, julho e agosto registou uma subida significativa em relação aos anos anteriores. Setembro teve uma pequena quebra, enquanto dezembro e janeiro tiveram um aumento de entradas. O mês de dezembro registou 30.253 entradas, um aumento de 1414 pessoas, comparando com 2011. No que diz respeito ao ano de 2013 apenas possuo dados até julho, mas dá para perceber que no geral houve um aumento das entradas, relativamente aos anos de 2010, 2011 e 2012, sendo que apenas janeiro e maio registaram quebra.

Tabela 10 – Entradas no Castelo de Penela, 2010, 2011, 2012 e 2013

Entradas no castelo de Penela				
Mês	2010	2011	2012	2013
janeiro	11512	11453	12681	12453
fevereiro	3008	3108	2357	3545
março	4539	4438	2806	4021
abril	5203	5189	3202	6052
maio	8953	9625	10507	10026
junho	11235	10837	11206	12087
julho	11832	11793	13168	13991
agosto	16453	15138	16268	—
setembro	15899	16452	12314	—
outubro	5862	5032	4652	—
novembro	2181	2951	2626	—
dezembro	29456	28839	30253	—
Total	126,133	124,855	122,040	—

Fonte – Elaboração própria com base no Posto de Turismo de Penela

4 – Duecitânia Design Hotel

4.1 – Características da unidade hoteleira

O Duecitânia Design Hotel é um complexo turístico que mais do que promover o encontro entre a antiguidade clássica e a contemporaneidade, alia os recursos locais à inovação, proporcionando serviços e experiências únicas. Primeira unidade hoteleira do concelho, apresenta uma diversidade geomorfológica e uma abundância de vestígios da romanização que lhe confere um valor patrimonial inigualável. Situado a 1km da Vila de Penela, próximo do IC3 garante uma boa acessibilidade à Villa Romana do Rabaçal (8km), a Conímbriga (13km) e à cidade de Coimbra (30km) — figura 12.



Fonte – Duecitânia Design Hotel

Figura 12 – Mapa simplificado da localização do Duecitânia Design Hotel

Com um investimento total candidatado que ascende a 2.903.342,00, o que corresponde a um investimento elegível de 2.613.200,00, cofinanciado pelo FEDER num montante de 1.959.900,00, pretende assumir-se com a sua

categoria de unidade hoteleira de 4 estrelas, única do género no concelho de Penela, como uma infraestrutura inovadora e atrativa para os seus visitantes e clientes, oferecendo-lhes uma estadia que combine o conforto, a tranquilidade e a cultura num ambiente que procura retratar duma forma exímia e rigorosa toda a história de uma região marcada pela presença romana. Trata-se efetivamente de um hotel temático sobre a cultura romana, num espaço de forte romanização e onde a decoração e ambientes são inspirados nessa mesma altura.

A construção do hotel teve como principal objetivo a requalificação da Quinta da Fábrica do Espinhal. O projeto incidiu na recuperação e ampliação de uma antiga fábrica de papel de traça neoclássica datada do século XIX (figura 13), bem como a recuperação da construção anexa (antiga casa das máquinas), conservando as fachadas existentes, dando lugar a uma unidade hoteleira, constituída por floresta, rio e serra.



Fonte – Duecitânia Design Hotel

Figura 13 – Antiga fábrica de papel do Espinhal (2007, antes da reabilitação)

O Duecitânia Design Hotel tem dois objetivos globais, sendo o primeiro a valorização turística do concelho, com a criação de um novo serviço para a região, e o segundo a ampliação e reforço da oferta do hotel. Relativamente ao primeiro objetivo pretende-se:

- A construção de uma unidade hoteleira dotada de equipamentos e serviços para a realização de atividades turísticas;
- A construção de infraestruturas, como o conjunto de percursos de arborismo, o espaço equestre e a piscina biológica;

- A promoção e divulgação do concelho, nomeadamente todo o património material e imaterial;
- Desenvolver e contribuir para a economia local através da utilização de vários serviços no concelho por parte dos turistas;
- Dotar o concelho de uma unidade hoteleira capaz;
- Aumentar as ofertas de serviços de saúde, lazer e bem-estar e actividades recreativas.

No que diz respeito ao segundo:

- Construção de novos equipamentos de lazer (percurso de arvorismo, espaço equestre e piscina);
- Criar uma oferta diferenciadora para o concelho em termos de equipamentos de lazer;
- Criar um novo produto para o hotel e para a região com o objectivo de aumentar o número de dias que o turista permanece no hotel e contribuir para a promoção da região;
- Dotar o hotel com ofertas de lazer diversificadas;
- Apresentar uma oferta diferenciadora, em relação à concorrência no que diz respeito aos equipamentos de lazer.

Para além dos objectivos globais já referidos, o Duecitània Design Hotel tem ainda objectivos específicos os quais passo a enumerar:

- Cativar nichos de mercado;
- Melhorar a oferta de oportunidade de recreação, lazer e relaxamento;
- Ser um empreendimento turístico com ofertas diferenciadoras na região;
- Aumentar o volume de negócios através da rentabilização dos espaços envolventes;
- Colaboração na criação de postos de trabalho;
- Apelar à qualidade de vida na região;
- Aproveitar todo o espaço envolvente, bem como os recursos da Quinta da Fábrica;
- Apelar à sustentabilidade, preservando a autenticidade local através da utilização de recursos endógenos:
 - Aumentar o número de dias de estadia dos turistas;
 - Aumentar as receitas;
 - Criar uma oferta diversificada de equipamentos de lazer;

- Aumentar a capacidade de comercialização;
- Realização de atividades/programas e eventos de lazer;
- Aumento das visitas ao conjunto patrimonial do concelho;
- Organizar atividades de animação turística.

Duecitânia seria como antigamente os romanos designariam as terras do Dueça, caso considerassem este rio como principal elemento de referência. Assim ficou. O logotipo, como podemos observar na imagem (cavalo com asas), é um pégaso, cavalo alado, símbolo dos actos sublimes e da imaginação criadora. Domesticado por Atena e após estar ao seu dispor, foi transformado em constelação, ficando posteriormente ao serviço de Zeus. Pastava no Parnaso, frequentado pelas Musas, filhas de Zeus e de Mnemósine. Um dos seus coices, fez brotar de uma rocha a fonte de Hipocrene e era nela que bebiam as Musas a imaginação, que inspirava artistas e outros criadores. A fonte está representada nos jardins do hotel, que marca o início de um agradável passeio pedonal (Duecitânia, 2013).

Trata-se de uma unidade hoteleira com quatro pisos e um sótão, constituída por 42 quartos na totalidade, 27 quartos duplos (2 destinados a utentes com mobilidade condicionada) e 15 quartos individuais, servida por escadas interiores e elevador. Todos os quartos possuem uma decoração inspirada na simbologia romana e nos seus legados, tendo à disposição dos clientes serviços como mini-bar, ar condicionado, televisão, área de trabalho (mesa de apoio), cofre e internet wi-fi gratuita. Os tipos de quarto variam entre o duplo/twin superior, duplo/twin deluxe e suite deluxe como se pode observar através das figuras 14, 15, 16, 17, 18 e 19 . Algumas das casas de banho, senão mesmo todas possuem um painel ilustrativo com a representação de uma figura mitológica (figura 20).



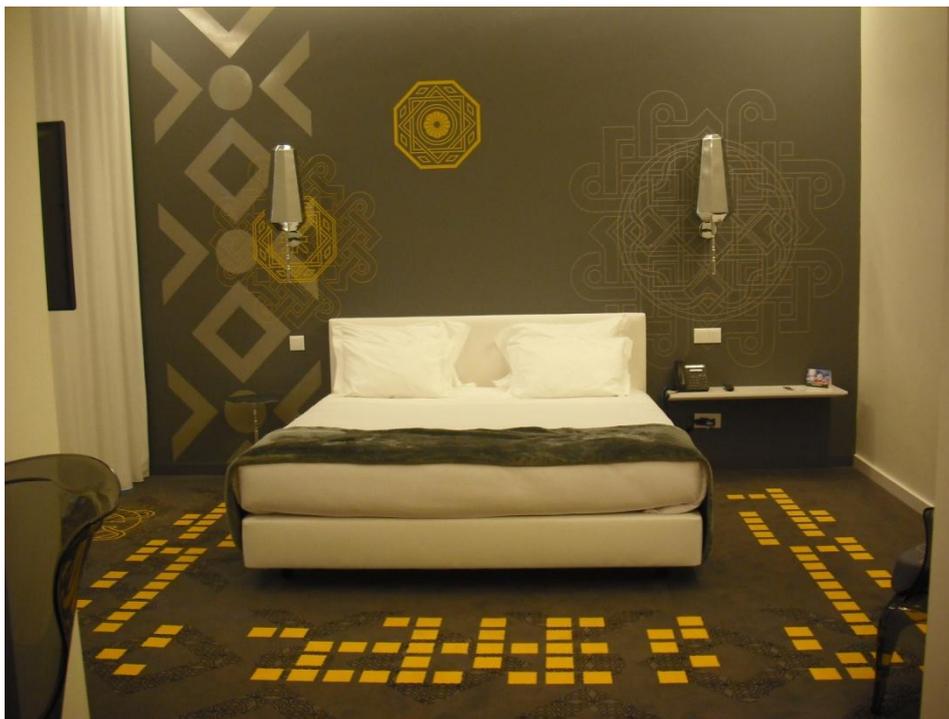
Autoria – Maria João Pereira

Figura 14 – Quarto Duplo, 1º piso, cor vermelha

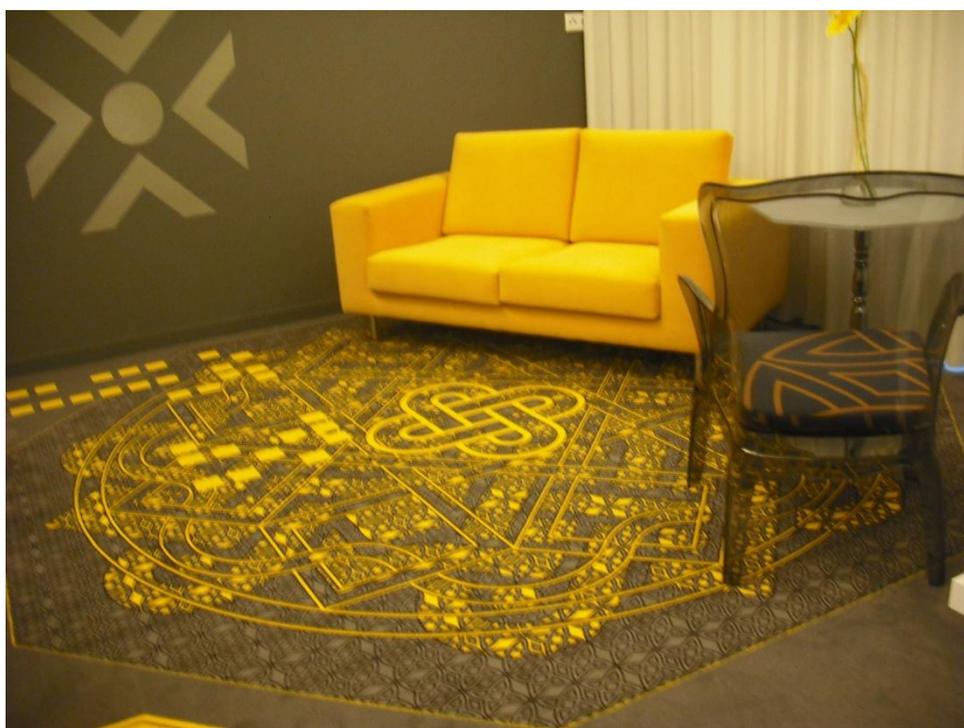


Autoria – Maria João Pereira

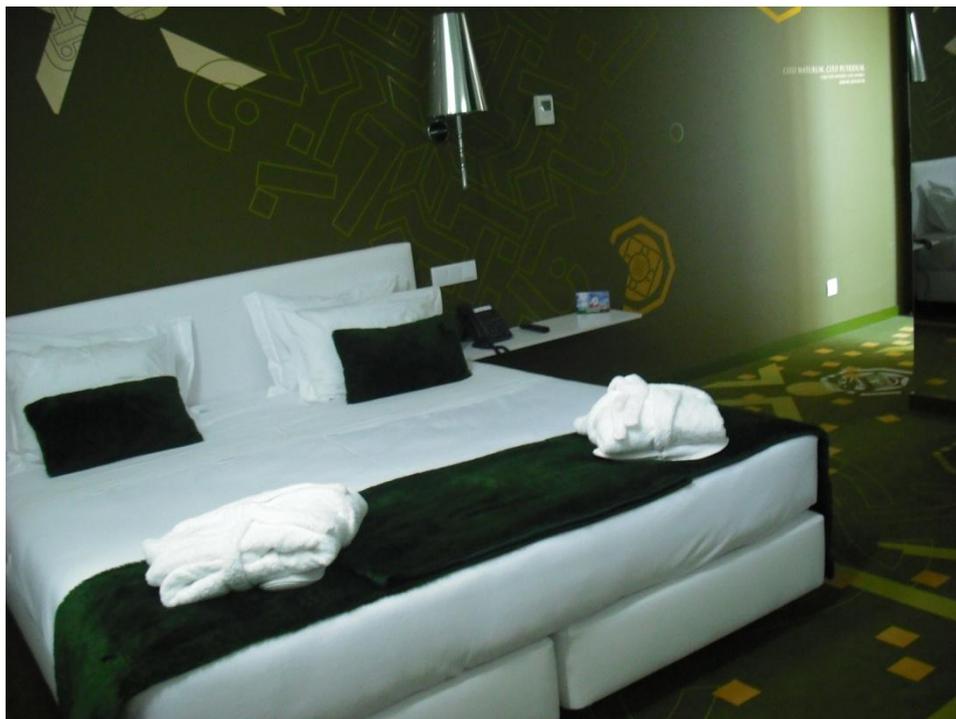
Figura 15 – Casa de Banho



Autoria – Maria João Pereira
Figura 16 – Suite deluxe, 2º piso, cor cinzenta



Autoria – Maria João Pereira
Figura 17 – Suite deluxe, cor cinzenta



Autoria – Maria João Pereira
Figura 18 – Quarto duplo superior, 3º piso, cor verde



Autoria – Maria João Pereira
Figura 19 – Casa de Banho



Autoria – Maria João Pereira

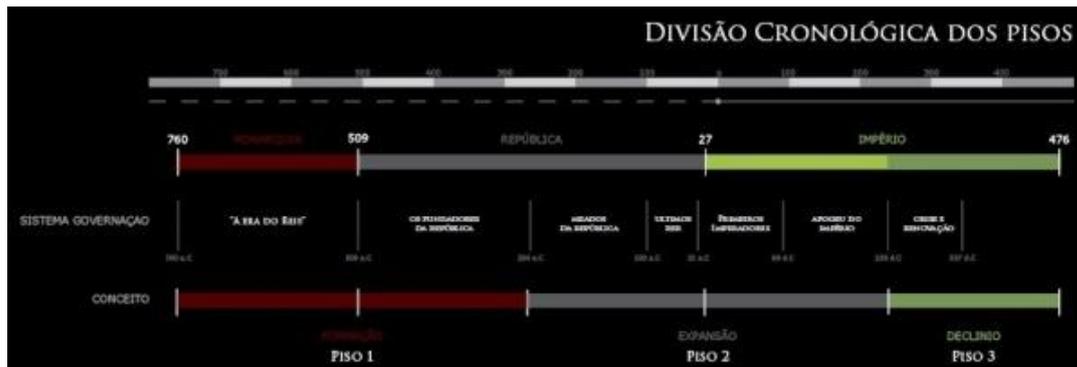
Figura 20 – Painel ilustrativo com figura mitológica de uma das casas de banho

Ao longo dos três pisos de quartos, o Hotel Duecitânia procura percorrer a história de Roma, desde a sua fundação à queda do Império através de diversos painéis (figuras 21 e 22), com representações históricas, lendárias e mitológicas, que permitem ao hóspede uma viagem enriquecedora.



Fonte – Duecitânia Design Hotel

Figura 21 – Painel com representação das cores dos pisos



Fonte – Duecítânia Design Hotel

Figura 22 – Painel representativo da divisão dos pisos

Para além do alojamento, o hotel tem à disposição do cliente um SPA, no rés-do-chão, onde se localizam banho turco, sauna, duches e piscina de hidromassagem com os respectivos balneários e vestiários, sendo servido por escadas e elevador distintos dos restantes utentes. Inspirado no culto do corpo, presente na sociedade romana, o SPA Aqua Venus procura transportar os seus clientes a uma Roma do século XXI, proporcionando momentos de relaxe e bem-estar (figura 23). Para além da sauna e do banho turco também possui um serviço de massagens capaz de deixar qualquer um relaxado (figura 24).



Autoria – Maria João Pereira

Figura 23 – Piscina e jacuzzi da SPA



Autoria – Maria João Pereira

Figura 24 – Sala de massagens

No rés-do-chão também localizam-se a área de atendimento do hotel, o bar, o restaurante e as instalações sanitárias, para além da cozinha e área de serviço. Com a arquitectura de um templo romano o bar Tabernae (figura 25) permite disfrutar de uma bebida num ambiente de tranquilidade e descontração. Permite disfrutar ainda de momentos de confraternização.

Se preferir optar por uma refeição contemplando o Rio Dueça pode fazê-lo no restaurante Gustatio (figura 26). Inspirado na tranquilidade dos jardins de Roma, apresenta um ambiente requintado e aprazível, que prima não só pela qualidade dos pratos confeccionados, como também pelo serviço prestado. Baseado nos aromas e sabores da gastronomia romana e nos produtos endógenos da região, o restaurante oferece um serviço personalizado *à la carte*, sugestões do Chefe e *buffets*.



Autoria – Maria João Pereira

Figura 25 – Bar Tabernae



Autoria – Maria João Pereira

Figura 26 – Restaurante Gustatio

No piso da cave localiza-se a área do pessoal, a lavandaria e área técnica. No primeiro andar localizam-se ainda 3 gabinetes de relaxamento que articulam directamente com uma área de relaxamento, e no piso superior o solário.

O empreendimento dispõe de áreas de espaços verdes e jardim, atravessados por uma levada (reconstruída) que transporta a água do Rio Dueça, que atravessa a propriedade (figura 27). No que diz respeito ao parque de estacionamento conta com a seguinte lotação: 6 lugares para veículos de transporte colectivo de passageiros e 50 individuais (3 dos quais para utentes com mobilidade condicionada), sendo que para o estacionamento privativo estão previstos 13 lugares.

Para além de todos os serviços e equipamentos mencionados o hotel pretende conseguir apoio financeiro, através da candidatura ao programa PRODER, para a construção das infraestruturas seguintes: circuito de arvorismo, espaço equestre e piscina biológica. Relativamente ao primeiro, pretende-se a implementação de percursos com vários graus e dificuldade, podendo ter diversas pistas. Para além disto poderá ter outros percursos desenhados a pensar numa vertente lúdico-cultural, onde possam estar em contacto com a fauna e flora envolventes. Estes percursos são constituídos por plataformas e obstáculos: pontes himalaias, pontes duplas, descontinuidades, pontes de cordas, ponte baloiço, slide, escadas de acesso, paralelas, ponte indiana, ponte de troncos. Na construção do circuito é objectivo do hotel aproveitar todo um conjunto de árvores ao longo do rio.

A opção temática sobre a cultura romana não ficaria completa sem um espaço dedicado aos *equites* (cavaleiros) notáveis aliados dos *patres* (patrícios), na criação da república em Roma. Assim, teremos um centro hípico que permitirá a aprendizagem e prática da equitação, tanto para utilização aberta, como até em regime de hipoterapia. Além de picadeiros terá um pequeno hipódromo para, com pôneis e bigas à sua escala, simularem as corridas que os romanos faziam com quadrigas. Para além disto promoverá provas e outros eventos equestres. As instalações, previstas, necessárias para a construção do espaço equestre são as seguintes: oito boxes, casa de lavagem de cavalos, enfermaria, casa de arreios e balneários.

Num período em que é bem visível a escassez de água pretende-se a sensibilização dos participantes para uma utilização consciente da água, preservando assim um recurso útil e esgotável. Uma piscina biológica apresenta-se como uma forma sustentável de tirar partido dos benefícios de uma piscina convencional. Consegue-se uma água balnear de boa qualidade, sem recurso a produtos químicos que prejudicam a saúde humana e o meio ambiente, com gastos menores de energia. A piscina biológica é composta por uma área para banhos e outra para depuração das águas, executada pelas

espécies aquáticas nelas inseridas. O lago é um habitat para a fauna e flora, principalmente os anfíbios. A área de banho permite o aumento da biodiversidade na propriedade e a observação da natureza.

De salientar também é o investimento previsto na certificação energética, que faz todo o sentido, na medida em que, sendo o hotel uma unidade hoteleira com uma oferta cultural, histórica e gastronómica da região e muito próxima da natureza, tem a obrigação moral de respeitar o ambiente e adoptar políticas de contenção de custos e consumo de energia. É nessa perspectiva que será feito o investimento na certificação energética e que culminará com a emissão do respectivo certificado energético. Para além disto o hotel contribuirá para a valorização ambiental através da formação ambiental e biológica dos participantes durante o percurso de arborismo. Outro contributo é o aproveitamento das árvores para mais uma fonte de produção de energia e calor. A juntar a isto temos a produção de energia eólica, geotérmica, solar e hidráulica e a produção de calor através das caldeiras de biomassa com aproveitamento dos resíduos da floresta do complexo. O hotel aproveita ainda a água da levada que passa em toda a quinta para encher os autoclismos das casas de banho do hotel.



Autoria – Maria João Pereira

Figura 27 – Instalações atuais do hotel

Em síntese e no contexto de uma análise dos pontos fortes e fracos do hotel, para o preenchimento da referida candidatura ao PRODER, deixo a minha opinião relativamente aos aspectos positivos e negativos do hotel.

No que diz respeito aos pontos fortes, importa destacar:

- Unidade hoteleira de 4 estrelas, única no concelho;
- Requalificação de uma antiga fábrica de papel para a implementação do empreendimento turístico;
- Hotel com 42 quartos e 72 camas, SPA, restaurante e bar;
- Ambiente e decoração inspirados na cultura e vivências romanas;
- Enquadramento ambiental e paisagístico do complexo;
- Serviços de animação turística e cultural sazonalmente oferecidas pelo hotel;
- Espaço envolvente com características únicas para a implementação de actividades de natureza;
- Respeito e adequação ao meio envolvente com o reaproveitamento de algumas instalações, não destruindo estruturas.

Relativamente aos pontos fracos é de salientar os seguintes:

- Tempo de construção da unidade hoteleira superior ao inicialmente previsto;
- Reduzida capacidade financeira para arrancar com as restantes fases dos empreendimento, fruto do aumento inesperado do custo da construção da unidade hoteleira;
- Necessidade de forte aposta em processos de marketing e de promoção nacionais e internacionais desta nova oferta, para os quais a equipa de promotores não possui capacidades e conhecimentos suficientes;
- Algumas das actividades de lazer do hotel ainda não foram postas em prática pelo que se trata de um elemento em falta para com os turistas.

4.2 – Inquérito aos hóspedes: apresentação e discussão dos resultados

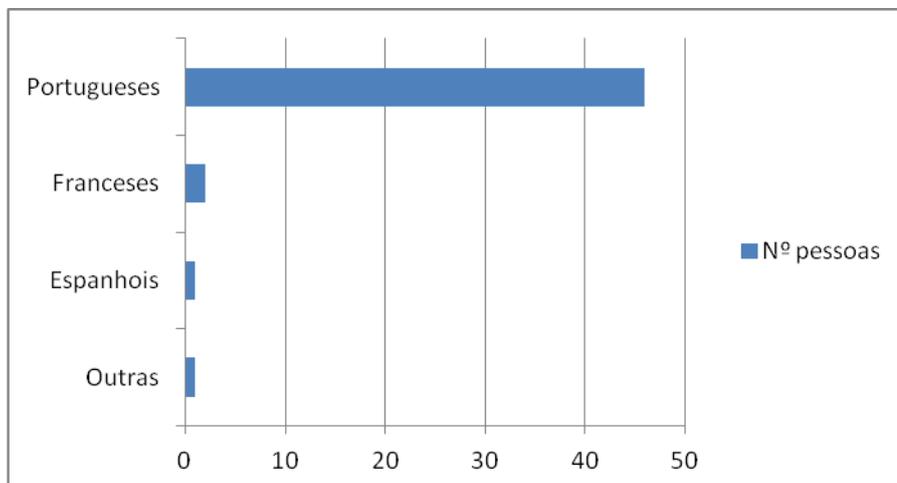
Após uma exposição que pretendeu demonstrar que as actividades de lazer são cada vez mais importantes na complementaridade de oferta de um hotel e que a animação turística se encontra em perfeita sintonia com a hotelaria, apresento de seguida os resultados obtidos nos 50 inquéritos realizados aos hóspedes do hotel. Este inquérito pretende identificar o que

pesou na escolha do HD| Duecitânia Design Hotel e a opinião dos hóspedes relativamente à presença de atividades de lazer nesta unidade hoteleira. Tentando responder às questões referidas, dividi esta análise em quatro partes: a primeira dedicada à caracterização dos inquiridos; a segunda sobre as razões que levaram à escolha do hotel; a terceira sobre a contribuição das atividades de lazer para o hotel e a quarta sobre a avaliação da estadia. No fim será também referido o que os inquiridos identificaram como sendo aspectos positivos, negativos e as sugestões propostas (anexo 6).

Esta análise, baseia-se na apresentação dos dados recolhidos através do inquérito por questionário aos hóspedes do hotel. De uma forma geral, apresento os dados que considere mais relevantes.

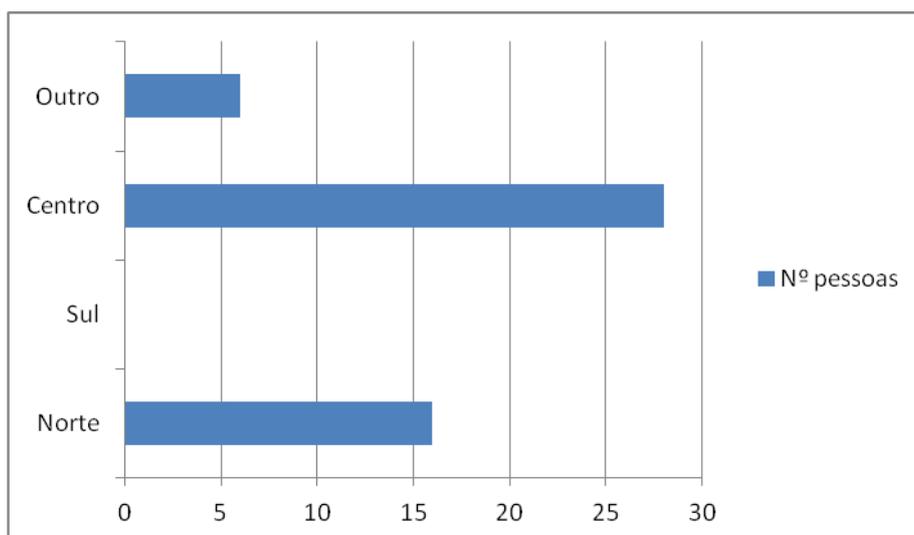
No âmbito da caracterização dos inquiridos nomeadamente no que diz respeito à nacionalidade dos hóspedes, faço saber que a grande maioria são portugueses, 46 respetivamente, 2 de nacionalidade francesa, 1 espanhol e 1 moldavo (figura 28).

Quanto à sua naturalidade, 28 são naturais da Região Centro, 16 do Norte e 6 são naturais do estrangeiro, concretamente de Espanha, França, Moldavia e Angola (figura 29).



Fonte – Elaboração própria

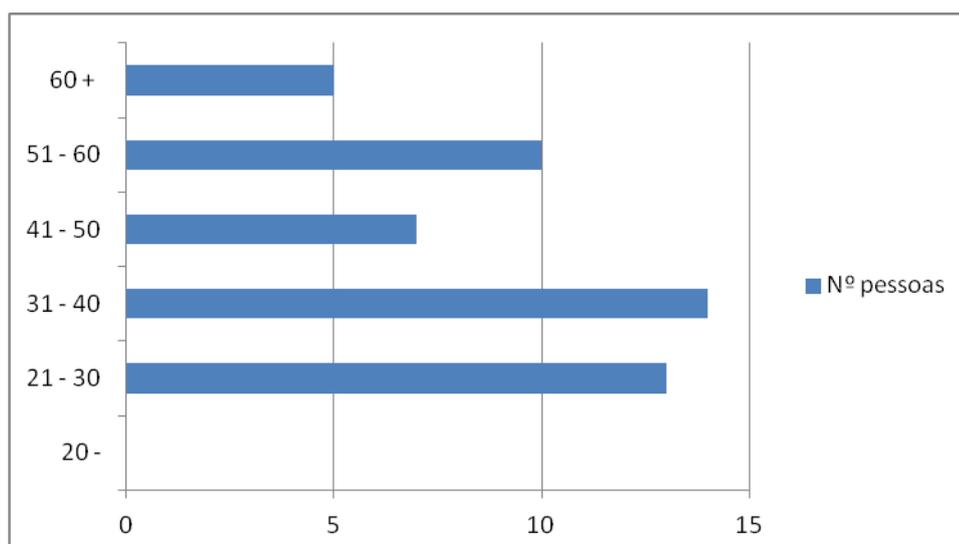
Figura 28 – Nacionalidade dos inquiridos



Fonte – Elaboração própria

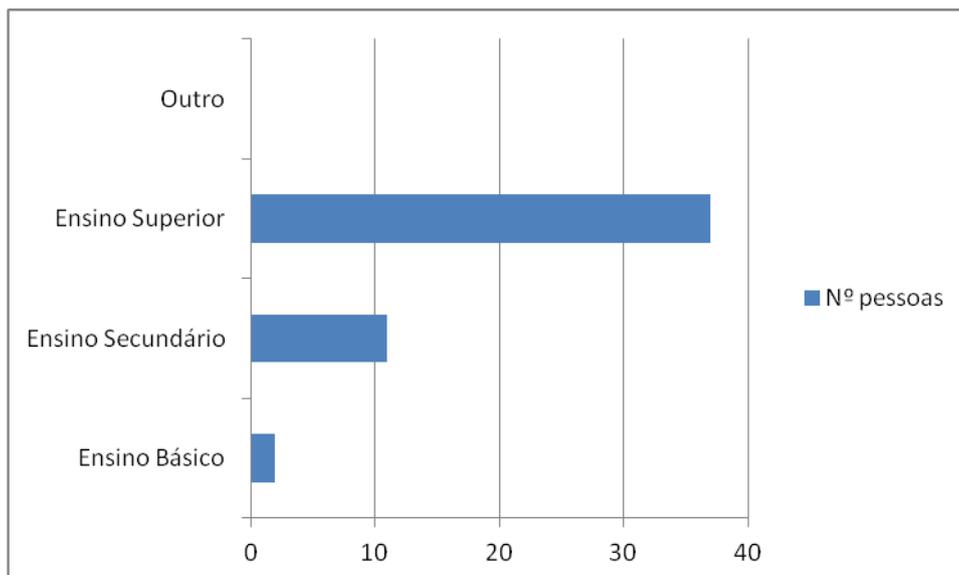
Figura 29 – Naturalidade dos inquiridos

Relativamente à idade (figura 30) e às habilitações literárias (figura 31) é de referir que 14 pessoas tem idades compreendidas entre os 31 e os 40 anos, 13 pessoas entre os 21 e os 30, 10 entre os 51 e 60, 7 entre os 41 e 50 anos de idade e 5 tem mais de 60. No que toca às habilitações, 37 possuem o ensino superior, 11 o ensino secundário e 2 o ensino básico.



Fonte – Elaboração própria

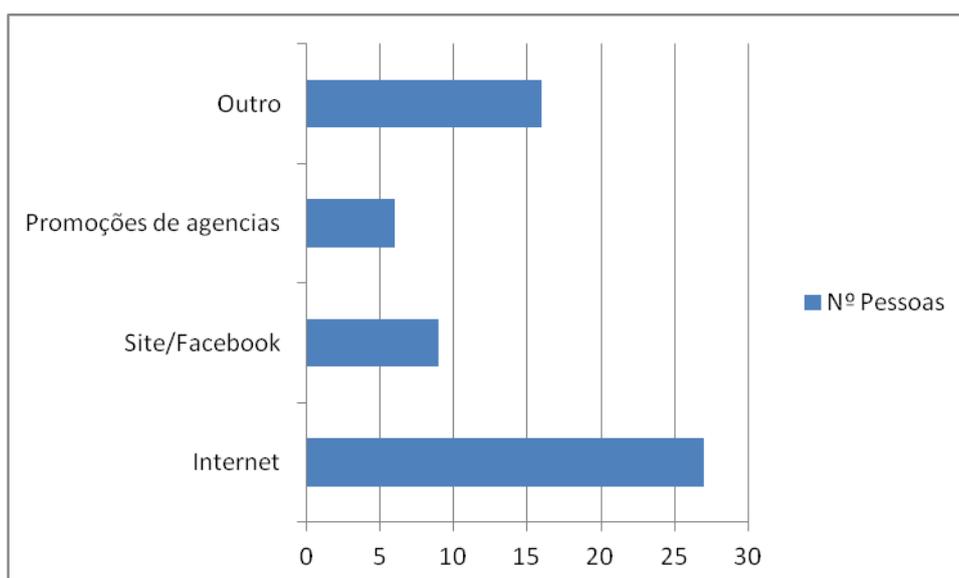
Figura 30 – Idade dos inquiridos



Fonte – Elaboração própria

Figura 31 – Habilitações literárias dos inquiridos

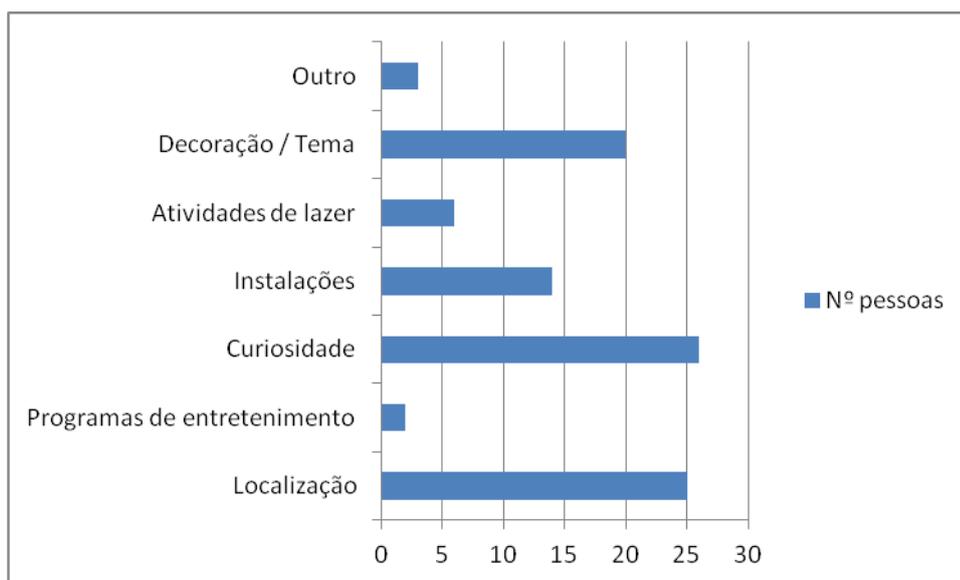
No que diz respeito à segunda parte do inquérito (Razões que levaram à escolha do hotel), a Internet foi a escolha mais assinalada pelos inquiridos quando responderam sobre o modo de conhecimento do hotel, 27 respostas, seguido do item outros, com 16, nomeadamente através de amigos, familiares, televisão e jornal, via gerência, através do II encontro rural e pela Associação Sicó-Eco. Nove pessoas tiveram conhecimento do hotel, através do site ou do facebook do hotel e 6 através de promoções de agências (figura 32).



Fonte – Elaboração própria

Figura 32 – Modo de conhecimento do hotel

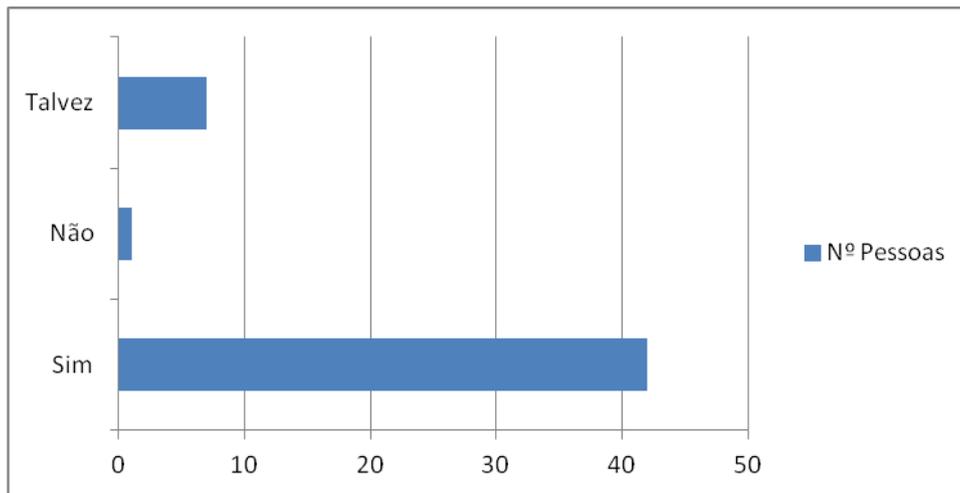
O factor da localização (25 pessoas) e da curiosidade por ser novo (26 pessoas) foram as razões mais assinaladas para a escolha do hotel. No entanto, também a decoração e tema romano, com 20 pessoas e as instalações, com 14, atraíram os hóspedes, seguido das atividades de lazer, com 6 e dos programas de entretenimento, com 2 (figura 33). De referir que nesta pergunta os hóspedes assinalaram mais que uma resposta possível.



Fonte – Elaboração própria

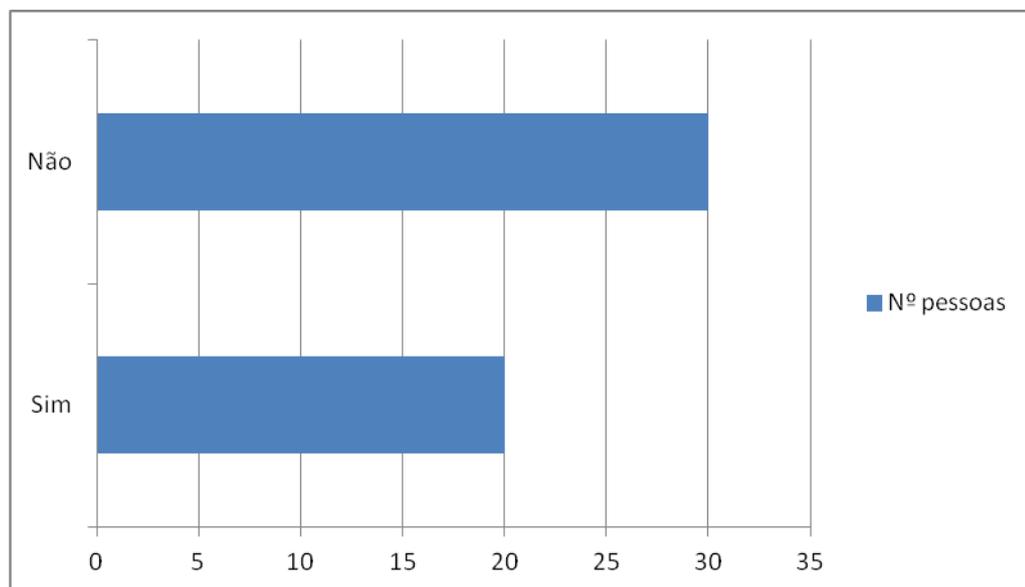
Figura 33 – Razão da escolha do hotel

No que concerne ao campo das atividades de lazer, considerei pertinente saber a opinião dos hóspedes relativamente ao facto dos programas de atividades de lazer serem uma mais-valia para o hotel, ao qual 42 pessoas responderam que sim, 7 talvez e 1 que não (figura 34). Apesar da grande maioria responder que acha pertinente, quando questionados sobre a pretensão de realizar atividades, 30 responderam que não e 20 que sim (figura 35).



Fonte – Elaboração própria

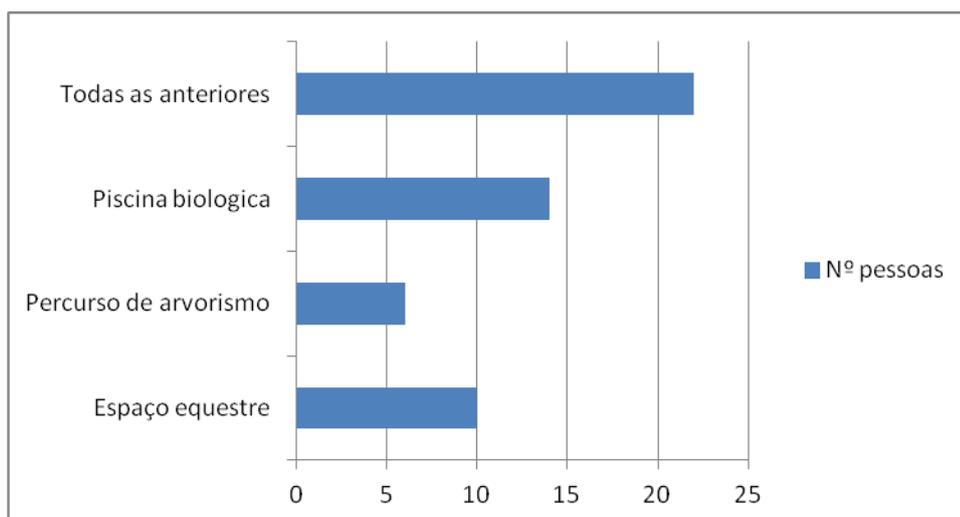
Figura 34 – Programa de atividades de lazer. Útil ou não para o hotel?



Fonte – Elaboração própria

Figura 35 – Pretende realizar atividades?

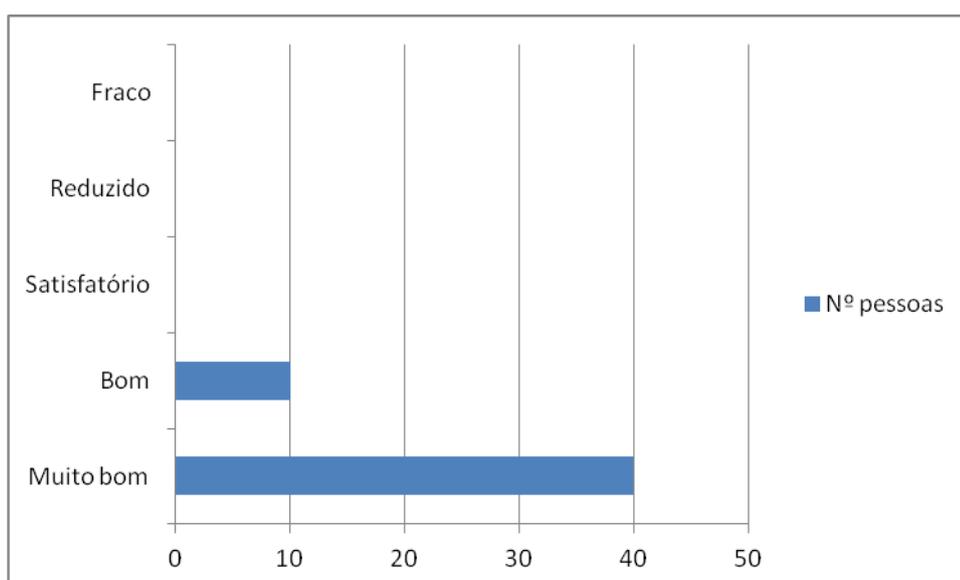
Uma vez que é objetivo do hotel, conseguir apoios financeiros para a construção de um espaço equestre, um percurso de arvorismo e uma piscina biológica, sendo que esta última já se encontra em fase de acabamento, entendi que ajudaria perceber, de qual das três hipóteses sugeridas considera a mais apelativa. De salientar que houve mais que uma resposta assinalada. A maioria dos hóspedes achou que as três hipóteses seriam interessantes, no entanto das três apresentadas a piscina bioógica foi a que teve mais adeptos, com 14, seguido do espaço equestre, com 10 e do percurso de arvorismo, com 6 (figura 36).



Fonte – Elaboração própria

Figura 36 – Empreendimento mais apelativo

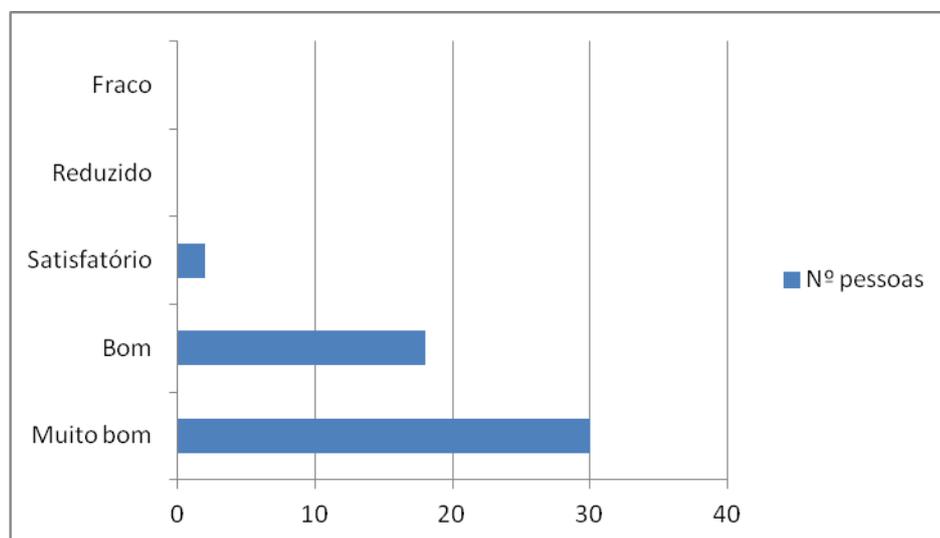
Para que o hotel conseguisse perceber se consegue satisfazer as necessidades do público, ao nível do atendimento e das instalações – spa; restaurante e limpeza – acrescentei ao inquérito um item sobre a avaliação da estadia. Relativamente ao atendimento ao público (figura 37) posso concluir que os hóspedes se encontram satisfeitos, sendo que nenhum avaliou de forma negativa e apenas as categorias de muito bom (40 pessoas) e bom (10 pessoas) foram preenchidas.



Fonte – Elaboração própria

Figura 37 – Avaliação do atendimento ao público

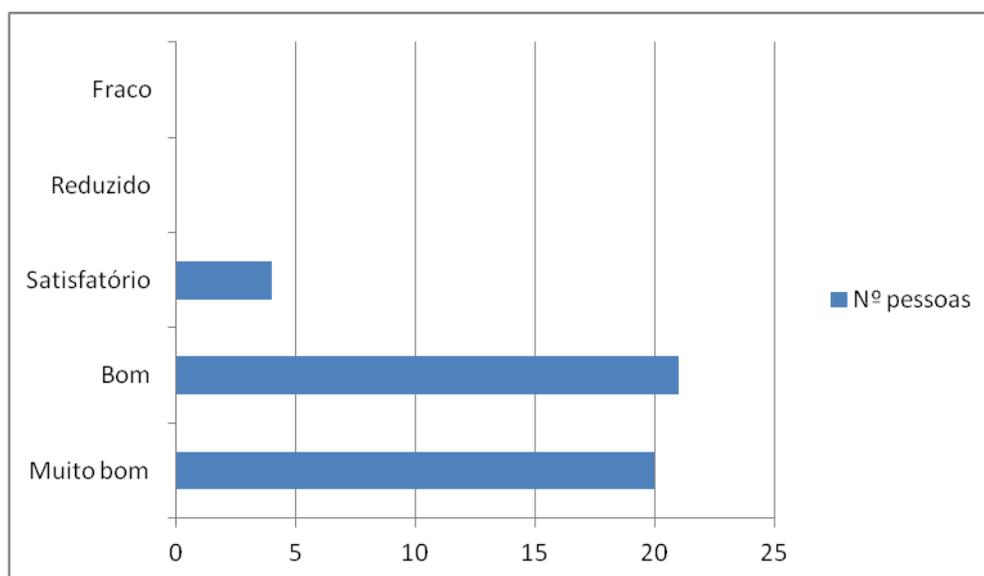
No que diz respeito às instalações, os quartos obtiveram a seguinte classificação: 30 pessoas classificaram como muito bom, 18 com bom e 2 como satisfatórios (figura 38).



Fonte – Elaboração própria

Figura 38 – Avaliação dos quartos

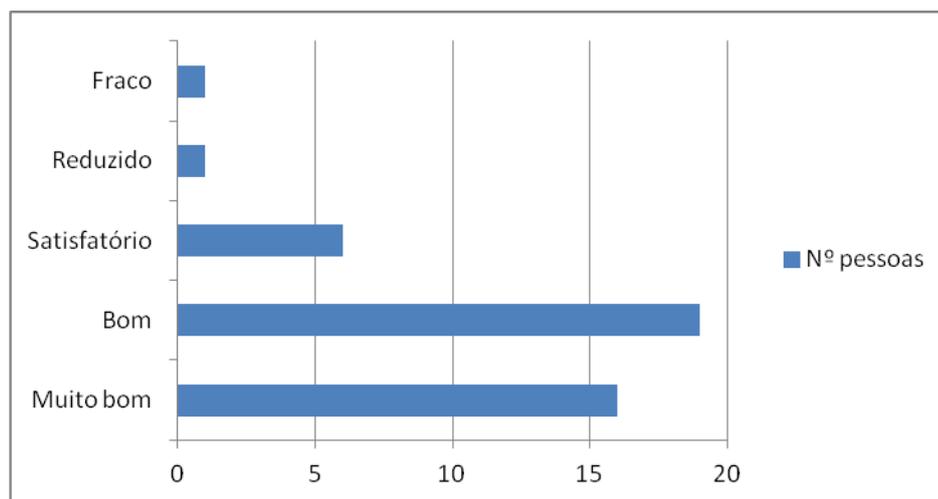
No que toca ao Spa, 20 pessoas classificaram como muito bom, 21 como bom e 4 como satisfatório (figura 39).



Fonte – Elaboração própria

Figura 39 – Avaliação do Spa

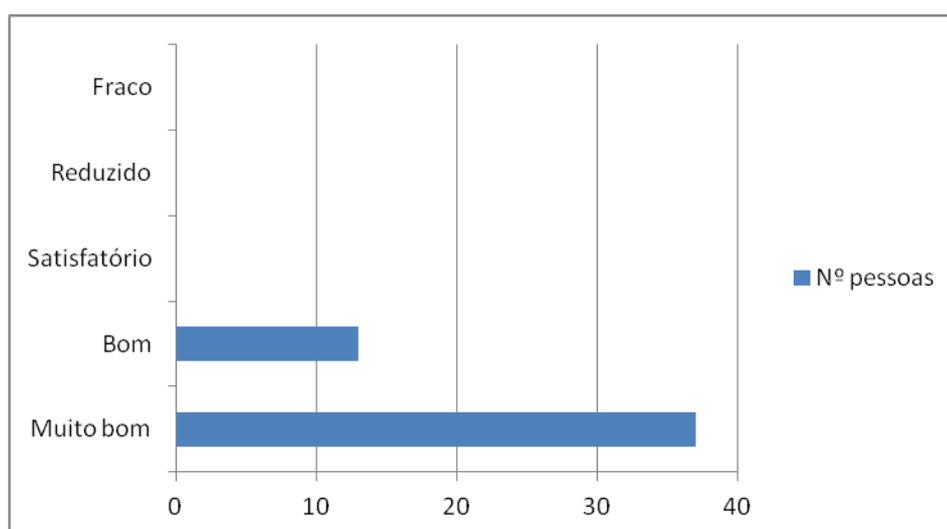
De todas as instalações, o restaurante foi sem dúvida aquele que obteve classificações menos boas, sendo muito criticado o facto da comida não ter sabor e o tempo de espera das refeições. Sendo assim o restaurante foi avaliado em muito bom por 16 pessoas, bom por 19, 6 como satisfatório, 1 como reduzido e 1 como fraco (figura 40). Se até aqui as classificações rondavam o bom e o muito bom, a classificação do restaurante é de facto preocupante.



Fonte – Elaboração própria

Figura 40 – Avaliação do restaurante

A limpeza das instalações sobe de novo a fasquia, obtendo classificações muito boas, as quais faço saber: 37 pessoas classificaram como muito bom e 13 como bom (figura 41).



Fonte – Elaboração própria

Figura 41 – Avaliação da limpeza das instalações

No final dos inquéritos os hóspedes tiveram a possibilidade de identificar os aspectos positivos, a saber:

- Staff muito eficiente e simpático;
- Localização e decoração;
- Atendimento;
- Design e Arquitectura;
- Características naturais do lugar;
- Camas confortáveis;
- Ambiente envolvente/tranquilidade;
- Qualidades dos quartos;
- Profissionalismo do pessoal;
- Limpeza;
- Óptimas instalações;
- Motivos romanos.

Quanto aos aspectos negativos enumeraram os seguintes:

- Falta de espaço no roupeiro e no quarto para arrumar roupa;
- Piscina interior pequena;
- Falta de informação prévia aos utilizadores do spa sobre regras de utilização;
- Falta de piscina exterior;
- Poucas espreguiçadeiras no solário;
- Ar condicionado muito fraco;
- Inexperiência de alguns elementos do staff;
- O acesso ao spa ser feito pela recepção;
- Não dispor de sala de estar;
- Excesso de luminosidade matinal nos quartos;
- Falta de sabor na comida do restaurante e demora a servir os pratos;
- Deficiente organização das atividades de animação e fraca divulgação.

No que toca às sugestões, os hóspedes sugeriram o seguinte:

- Piscina exterior;
- Rever os níveis de sal nos pratos do restaurante;
- Piscina com água mais quente;
- Maior divulgação das atividades de animação;
- Mais atividades de animação turística;
- Maior oferta de pacotes promocionais, que ligue o hotel ao território que o rodeia;
- Colocar nos chuveiros pegas de segurança;
- Pequeno-almoço a melhorar;
- Sala de jogos;
- Gavetas nos quartos;
- Buffet ao jantar;
- Música no bar.

4.3 – Propostas de atividades culturais e de lazer

O projecto turístico do hotel, cuja construção teve início em 2009 e a abertura a 16 de Dezembro de 2012, é um dos projectos chave do Projecto Complementar 3 – Estruturação e Desenvolvimento da Rede de Alojamento Villa Sicó PROVERE, “Villa Sicó” – Programa de Valorização Económica dos Espaços da Romanização, promovido pela Terras de Sicó – Associação de Desenvolvimento. Trata-se da criação e dinamização de uma unidade hoteleira, considerada fundamental para o desenvolvimento da estratégia de valorização do território e para o sucesso do PROVERE “Villa Sicó”.

Em termos de inovação, podemos afirmar que o Duecitânia Design Hotel é a única unidade hoteleira da região, com a classificação de 4 estrelas, que oferece serviços como SPA e percursos turísticos pedestres e motorizados, pelas principais áreas turísticas da região como a Serra de Sicó, Conímbriga ou a Villa Romana do Rabaçal, oferecendo assim uma oferta integrada de serviços de animação turística e de alojamento e restauração de elevada qualidade, baseados em recursos endógenos e em produtos biológicos a criar e cultivar nas imediações do hotel.

Este empreendimento assume uma importância relevante na estratégia de desenvolvimento do município de Penela, na medida em que dota o

concelho de uma resposta hoteleira capaz e permitiu a criação de postos de trabalho, para além de ser um excelente meio de divulgação e de comercialização de produtos endógenos da região.

Esta unidade hoteleira nasceu numa quinta atravessada pelo Rio Dueça, onde existia a antiga fábrica de papel da Ponte do Espinhal, com a concepção de infra-estruturas e equipamentos para actividades de carácter cultural, desportivo e turístico. Este projecto, na sua globalidade integra para além da unidade hoteleira de quatro estrelas com SPA, jardins e vários espaços temáticos em que a influência romana está presente devido à proximidade com a Villa Romana do Rabaçal. Inicialmente para complementar o projecto foi pensado a construção de um campo de férias e parque de campismo e um centro de eventos cuja construção será iniciada assim que os promotores tenham os meios financeiros necessários para o concretizar.

É neste seguimento que apresento todo o projecto de actividades culturais e de lazer desenvolvido durante todo o meu estágio curricular. Este projecto surgiu por parte da minha orientadora de estágio no hotel, a Dr^a Helena Maduro, que pretendia que o hotel dotasse de um conjunto de actividades que entretesse e chamasse atenção do público, fazendo com que a estadia se tornasse diferente, agradável e inesquecível, provocando no cliente a vontade de voltar. Todas as actividades elaboradas neste âmbito, foram divididas por 3 pacotes específicos que permitisse utilizar todos os recursos turísticos do concelho e apelar aos diversos gostos dos clientes, sendo eles o pacote cultural/tradicional, o pacote radical e o pacote de natureza. A divisão foi assim entendida e feita de acordo com as actividades propostas.

Para a elaboração deste projecto de actividades, inicialmente procedi à pesquisa das empresas e associações que actuam no concelho de Penela, nomeadamente com actividades de lazer, para ficar com uma noção do tipo de atividades já desenvolvidas no território em questão, nomeadamente a Associação Terras de Sicó, Aldeias do Xisto e a empresa de animação turística Go Outdoor. De seguida comecei por elaborar uma lista do património material e imaterial do concelho, para ter presente todos os recursos e produtos turísticos da região. Esta pesquisa também foi feita no âmbito de alguns trabalhos, elaborados durante a formação para o hotel. Toda esta informação encontra-se em dossier para consulta. Posteriormente recolhi alguns nomes e contatos de artesãos e produtores de vinho, azeite e mel. Posto isto, com base na lista de património material e imaterial procedi à separação do património cultural e natural e à elaboração de um calendário com as festas e romarias do concelho, bem como alguns eventos.

Depois desta pesquisa inicial comecei por registar de forma escrita as ideias para as actividades, fazendo a descrição das mesmas, nomeadamente o que visitar e fazer. No fim das actividades estarem organizadas, procedi à

divisão das mesmas pelos respetivos pacotes. Assim, do pacote Cultural/Tradicional fazem parte as seguintes atividades:

– “Um dia na Roma antiga - A rota dos Romanos” – Nesta atividade as pessoas tem a possibilidade de visitar a Circuito da Romanização, visitando Santiago da Guarda, a Villa Romana e Espaço Museu do Rabaçal e as Ruínas Romanas e Museu de Conímbriga. Têm direito a um almoço volante e no regresso ao hotel a uma ceia romana. As restantes informações sobre esta atividade podem ser consultadas no anexo 7.

– “Experiências com tradições – Ferraria de S. João (do it yourself)” – Para além de proporcionar aos visitantes a possibilidade de aprender a fazer o queijo e a broa com as suas próprias mãos, permite a prova dos mesmos e antes de por em prática esta tarefa podem também experimentar ordenhar as ovelhas. Desfrutam ainda de um pequeno percurso pedestre pela Ferraria;

– “Uma paisagem cultural rica em tradição – Aldeias de Xisto” – Esta atividade consiste na visita á Ferraria de S. João e na visita interpretativa aos currais comunitários da aldeia. Posteriormente a realização de um percurso pedestre até ao Casal de S. Simão, onde tem a possibilidade de almoçar no restaurante Varanda do Casal. Da parte da tarde a visita ás aldeias do Mosteiro e de Álvaro;

– “Sabor da Experiência – Apanha da Azeitona” – Em parceria com a empresa de animação Go Outdoor, esta atividade permite aos participantes fazer a apanha e limpeza da azeitona e da parte da tarde a visita ao lagar de azeite “Ouro de Sicó”, bem como a prova do azeite. Têm ainda direito a um almoço num restaurante instalado num lagar antigo, onde terão oportunidade de ouvir contar como se produzia azeite antigamente;

– “Feel the land – Apanha das Uvas” – Esta atividade é realizada todos os anos pela Camara Municipal de Penela, facto pelo qual achei que devia inserir neste projecto de atividades, pois oferece aos turistas a possibilidade de vindimar, conviver com alguns produtores e patilhar experiências.

O pacote Radical conta com as seguintes atividades:

– “ À descoberta de um fantástico mundo subterrâneo – Aventura radical” – Como o hotel não dispõem de colaboradores com formação em espeleologia, esta é mais uma das atividades que vai ser realizada em parceria com a Go Outdoor, que disponibiliza todo o material necessário á realização da atividade, bem como pessoas com formação específica em espeleologia. Esta atividade dirige-se aos amantes de sensações radicais que, inicialmente, vão ter oportunidade de assistir a uma apresentação teórica sobre espeleologia e o sistema espeleológico do Dueça e posteriormente visitar a gruta do Soprador do Carvalho, que possui cerca de 5 km de desenvolvimento;

– “Rasgando os céus – Atividade de voo” – Ainda na linha do radical o hotel disponibiliza uma atividade ligada ao ar. Não possui programa específico pois a sua realização limita-se ao fim de semana e às quartas de acordo com a disponibilidade do piloto-aviador. Consiste num batismo de voo, em que as pessoas se encontram de livre vontade para proporem a rota que desejam fazer. Se os clientes assim o entenderem, também é possível fazer surpresa com champanhe e morangos. Descolam do aeródromo de Cernache e a duração do voo é de 1 hora.

Do pacote de Natureza fazem parte as seguintes atividades:

– “Os recantos da natureza – Cascata da Pedra da Ferida” – Nesta atividade os participantes saem do hotel de bicicleta em direcção à Cascata, à qual sobem depois a pé. A acompanhá-los estará uma pessoa entendida em fauna e flora, que à medida que vão subindo explica as várias espécies que se vão observando. No fim da tarde têm direito a um piquenique no bosque cedido pelo hotel;

– “Viagem pelas formações cársticas – Buracas do Casmilo” – Neste passeio até às Buracas convidamos as pessoas a participarem num passeio de bicicleta até à aldeia do Casmilo, onde depois seguirão a pé até às Buracas. A acompanhar irá uma guia, que explicará o processo de transformação da paisagem cárstica e indicará os campos de lapíás. Os participantes tem direito a almoço que já se encontra incluído no preço da atividade.

Para todas as atividades elaborei um programa constituído por horário, recursos, local da realização da atividade e distância, duração, número de participantes, época e preço da atividade, termos e condições. Contem ainda um texto explicativo com a descrição de tudo o que vão fazer e visitar.

Durante a estruturação das atividades necessitei de fazer contactos e orçamentos, nomeadamente com guias interpretes, empresas de transporte colectivo e empresas de aluguer de bicicletas, esta última devido à falta do material necessário para a realização das atividades. Juntamente com a Dr.^a Patrícia Maduro fizemos uma estimativa do preço final de cada atividade consoante as despesas que iremos ter na preparação de cada uma. Também foi necessário contactar o restaurante Varanda do Casal, no Casal de S. Simão que me enviou ementas e preços a escolher.

No dia 3 de janeiro, em reunião com a empresa de animação Go Outdoor assinei parceria para a realização de duas atividades já mencionadas, da qual o hotel irá beneficiar de uma comissão de 10% (valor negociável consoante o número de participantes). Para além disto foi necessário contactar a Câmara Municipal de Penela para pedir por escrito a utilização prévia da viatura de passeios colectiva.

5 – Conclusão:

Assistimos atualmente á frequente valorização do meio rural, que passou a ser identificado como um novo lugar de lazer, de tal modo que a procura deste espaço tem sido uma constante. E o que é certo, é que estes espaços, caracterizados pelo autêntico, são os mais procurados pelo novo turista, para a prática de experiências únicas. Estas áreas acompanham a modernidade e as novas tendências sem esquecer aquilo que mais as caracterizam: a paisagem, as tradições e o património.

O turismo e produtos derivados, são considerados pilares importantes na estratégia de desenvolvimento e revitalização de muitas áreas rurais, que contribui de uma forma positiva para as mesmas, quando os projetos são previamente avaliados e discutidos e as suas implicações bem esclarecidas. Proporcionam uma melhor qualidade de vida, preservando e valorizando o património de que são detentoras.

A par com o turismo rural, (TER) vem a vertente da animação que está ligado à necessidade de criar ofertas inovadoras e complementares às ofertas básicas de um hotel. A presença da animação no TER, é um complemento que atrai os turistas e ao mesmo tempo ajuda na promoção de todo um conjunto patrimonial.

A animação turística é um conjunto de atividades que permite ao turista usufruir de uma determinada experiência. É um complemento da oferta primária de um hotel e para além de ser um recurso de lazer e divertimento, tem também a finalidade de aumentar as taxas de permanência dos turistas nos hotéis.

A ligação da animação turística à hotelaria é um facto inegável, pois torna a estadia mais apelativa podendo ser um elemento diferenciador do espaço. Promove e revitaliza os lugares, tornando-os destinos mais atrativos. Dá a conhecer os produtos e recursos turísticos de uma região, pois é através deste recursos que as atividades se estruturam, recuperando e dando vida a um património que se encontra por vezes esquecido e ignorado.

A qualidade e a originalidade das propostas de ocupação do tempo de estadia são elementos cada vez mais requeridos pelo novo turista, que ambiciona mais oferta de entretenimento, com propostas diferentes e únicas, onde estes possam participar na experiência. O reconhecimento da importância da animação na hotelaria é por isso um facto impreterível, pois é a animação que leva a uma memória positiva do local.

É neste seguimento que o Duecitània Design Hotel pretende agir. Dotar-se de uma oferta de atividades que tornem o espaço diferenciador, permitindo

fazer frente à competitividade. No inquérito realizado aos hóspedes do hotel este facto ficou confirmado, quando questionados se um bom programa de atividades seria uma mais-valia para o hotel, pergunta à qual a grande maioria respondeu positivamente. É precisamente por estas razões que o Duecitânia, assim que conseguir os apoios financeiros necessários, procederá à construção de um espaço equestre e um percurso de arvorismo, que irá completar os espaços de lazer do hotel. De salientar a piscina biológica que se encontra em fase de acabamento e que foi uma das hipóteses mais assinaladas, quando questionados sobre a construção mais apelativa.

Para o espaço equestre que terá oito boxes, casa de lavagem de cavalos, casa de arreios, balneários e enfermaria, o Duecitânia Design Hotel poderá promover a hipoterapia, o ensino da equitação e os passeios de charret. Relativo ao tema, pode ainda realizar atividades que simulem as corridas e os combates romanos. Para além disto pode também incentivar os participantes a “adotar” um animal, ou seja aquando da sua estadia pode participar no tratamento do cavalo, que inclui dar de comer e banho e posteriormente poderá acompanhar o crescimento do animal pela internet.

No que diz respeito ao projeto de arvorismo, constituído por vários percursos com diferentes níveis de dificuldades, com plataformas e obstáculos (pontes himalaias, pontes de cordas), o visitante teria a possibilidade de optar por escolher percursos com uma vertente lúdico-cultural, onde podem estar em contato com a fauna e flora envolventes, ou uma vertente mais radical onde teriam a oportunidade de superar desafios de equilíbrio e agilidade. O percurso de arvorismo podia estar aberto às escolas, numa tentativa de envolver a comunidade e participar nos programas escolares.

Relativamente à piscina biológica era de extremo interesse criar atividades grátis, na água, como a hidroginástica e outras com um pequeno custo como o polo aquático, o slide e o surf na piscina, podendo até vir-se a organizar torneios de jogos aquáticos, com inscrições abertas à população em geral e não apenas aos hóspedes.

Este género de atividades, ia certamente atrair vários tipos de público e contribuiria para a divulgação dos serviços do hotel e para além disso contribuiriam economicamente para as receitas do hotel, para além de criarem mais postos de trabalho.

No entanto o Duecitânia Design Hotel só terá sucesso se depois de construído o projeto fizer uma boa promoção das atividades, para tornar o hotel mais apelativo, pois a falta de promoção das atividades e poucas atividades de lazer são as queixas mais comuns dos hóspedes.

Apostar nos materiais e na oferta das atividades é por isso uma prioridade e uma necessidade do hotel, para que atinga o alcance pretendido, quer a nível nacional quer internacional.

Bibliografia

- ALMEIDA, P. (2003). *A contribuição da Animação Turística para o aumento das taxas de ocupação de uma região*. Universidade de Aveiro, Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial.
- ALMEIDA, S. *Evolução Histórica do turismo e das viagens organizadas*. Instituto Superior de Ciências Educativas de Felgueiras.
- ARAÚJO, M. d. (2010). *TIAT - Turismo, informação e animação turística: módulos 1,2,3,4: ensino profissional, nível 3*. Porto.
- ARNAUT, S. (1983). *Penela, História e Arte*. Penela.
- BUCHO, D. (2010). *Património, Animação e Turismo*. Instituto Politécnico de Portalegre.
- CARDOSO, P. (2011). *Diâmicas do mundo rural no virar do século - O concelho do Sabugal*. Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.
- CARVALHO, P. (2009). *Planeamento, turismo e património em territórios de baixa densidade* (Vol. 2). Coimbra: Biblos.
- CARVALHO, P. (2011). *Turismo e Desenvolvimento: estudos de caso no Centro de Portugal*. Universidade de Málaga.
- CORREA, C. C. (2009). *A importância da atividade do turismo no espaço rural para o desenvolvimento regional e local*. Revista Ajes.
- CORREIA, J. B. (2009). *Turismo, património e desenvolvimento em ambiente de montanha: o exemplo do Piodão (Cordilheira Central)*. Coimbra.
- CRAVIDÃO, F. D. *Turismo, Território e Sustentabilidade*. Coimbra.
- CUNHA, L. (1987). *A carsificação no Maciço de Sicó: principais fases de evolução* (Vol. 6). Cadernos de Geografia.
- CUNHA, L. A. (1996). *O Oppidum de Conímbriga e as Terras de Sicó: Roteiro*. Conímbriga: Liga de Amigos de Conímbriga.
- CUNHA, L. F. (1988). *Turismo em Espaço Rural*. Porto.
- CUNHA, L. (2003). *Introdução ao Turismo*. Lisboa.
- MARICATO, N. A. (2012). *O turismo em Portugal: tendências e perspectivas*. Faculdade de Economia, Coimbra.
- MARQUES, J. (2007). *Introdução à Hotelaria*. Civilização.
- MENDES, S. (1982). *O homem e a responsabilidade ambiental: o turismo de natureza e a sustentabilidade* (Vol. 1). Zaina editores.
- MENDONÇA, A. (2012). *Animação Turística*. Universidade da Madeira, Centro de Competências de Ciências Sociais: Departamento de Ciências da Educação.

MONTEIRO, M. L. (2006). *O turismo no espaço rural e a intervenção da Direcção Regional de Economia do Centro, nº6*. Aveiro: Revista de Turismo e Desenvolvimento.

PERES, A. (2009). *Animação Turística*. Chaves: Animação Portuguesa de Animação e Pedagogia.

SARAIVA, D. M. (2012). *Lazer, Turismo e desenvolvimento local em território de montanha - O exemplo do concelho de Manteigas*. Coimbra.

SIMÕES, O. C. (2003). *TERN: turismo em espaços rurais e naturais*. Coimbra: Coleção Práticas.

TEIXEIRA, L. M. (2012). *Dinamismo territorial e multifuncionalidade dos espaços rurais: um projecto artesanal num território rural*. Coimbra.

TORRES, Z. (2004). *Animação Turística* (3ª ed.). Brasil: Roca.

VALENTE, T. I. (2012). *Turismo Desportivo e de Natureza: os agentes da animação turística como actores da oferta - O caso das ilhas do Triângulo dos Açores*. Coimbra.

VIEIRA, C. S. (2005). *O papel da animação turística nos territórios rurais*. Pessoas e Lugares, Jornal de Animação da Rede Portuguesa LEADER +. II Série.

Webgrafia

www.biopiscinas.pt/que_e.html; 30/07/2013

www.casadozesapateiro.com; 15/08/2013

www.casasdofavacal.co; 15/08/2013

www.cm-penela.pt; 15/08/2013

www.duecitaniampt; 1/09/2013

www.ine.pt; 23/08/2013

www.rabaçal.net; 15/08/2013

www.turismodeportugal.pt; 15/6/2013

Anexos

Anexo 1 – Textos descritivos das atividades

– “Um dia na Roma Antiga – A rota dos romanos; Experiências com tradição – A casa da Mestra; Uma paisagem cultural rica em tradição – Aldeias do Xisto; À descoberta **de um fantástico mundo subterrâneo - Aventura Radical e Safaris fotográficos – A Rota dos Romanos, Aldeias de Xisto:**

– Ao conjunto de ruínas juntámos a excelência dos romanos onde poderá desfrutar de uma massagem relaxante, optar pelo banho turco ou pela sauna. Para finalizar de uma forma excecional este programa, preparámos para si uma ceia romana que fecha a visita no território denominado Terras de Sicó;

– A atividade na Casa da Mestra foi criada a pensar nos que procuram o que de mais tradicional tem o nosso território. Adeptos de experimentar com as próprias mãos, proporcionamos-lhe a possibilidade de aprender a fazer o queijo e a broa que mais tarde terá oportunidade de provar. Numa época em que a sustentabilidade está em voga, importa salientar que visitará o moinho que há tantos séculos aproveita a energia para moer o cereal e transformar a farinha;

– No que diz respeito á gastronomia, ao artesanato e ao alojamento as aldeias do xisto destacam-se pelos produtos e tradições, num território de enorme beleza que oferece ao visitante experiências únicas.

– Na Ferraria de S.João bem como no Casal de S. Simão, poderá observar estruturas urbanas existentes na aldeia onde predomina a arquitetura popular com materiais locais. Passando pela Aldeia do Mosteiro terá oportunidade de visitar vários moinhos que sustentam a população da aldeia que vivia da agricultura, assim como os lagares que são atualmente atrações turísticas. Finalizamos o percurso na Aldeia de Álvaro, uma das Aldeias brancas da Rede das Aldeias de Xisto, cujo património religioso atesta a importância que teve outrora para as ordens religiosas.

– Para os mais destemidos e amantes de sensações radicais, proporcionamos a visita à gruta do Soprador do Carvalho com cerca de 5 km de desenvolvimento. É atualmente a terceira maior gruta de Portugal, onde pode ser percorrido o maior rio subterrâneo do país. Venha descobrir este complexo sistema cársico.

– Registe os contrastes entre os calcários da Serra de Sicó e os xistos das Aldeias, num programa especialmente concebido para entusiastas da fotografia, amadores e profissionais. Fotografe a paisagem, o património, a

Anexo 2 – Tabelas com os dados dos visitantes de Penela em 2010

Dados dos visitantes a Penela, 2010								
Mês	Totais Visitantes	Por nacionalidade						
		Port.	Ing.	Esp.	Fr.	Al.	Br.	Out.
Janeiro	558	501	29	1	8	0	16	3
Fevereiro	247	215	15	9	4	0	4	0
Março	409	371	16	4	7	0	2	9
Abril	483	416	51	2	2	5	3	4
Maio	922	718	56	25	32	11	20	60
Junho	1122	906	113	20	39	9	18	17
Julho	1228	904	158	40	24	12	25	65
Agosto	1324	883	176	111	109	8	26	11
Setembro	791	640	46	64	23	8	4	6
Outubro	419	346	41	8	11	6	5	2
Novembro	422	374	22	8	2	3	8	5
Dezembro	1048	827	50	111	9	22	9	20
Total	8940	7101	773	403	270	84	140	202

Mês	Por agrupamento					
	Pares	Fam.	Ind.	Exc.	Prof.	Out.
Janeiro	44	56	59	38	62	299
Fevereiro	41	27	72	2	38	67
Março	59	39	74	0	44	193
Abril	62	112	91	0	38	180
Maio	133	99	145	233	105	207
Junho	159	196	91	246	25	405

Julho	173	271	180	295	79	230
Agosto	248	469	189	56	68	294
Setembro	148	137	176	107	54	169
Outubro	113	80	64	60	21	81
Novembro	115	135	80	28	27	37
Dezembro	157	215	319	65	72	226
Total	1408	1780	1481	1092	571	2089

Mês	Por motivo de visita											
	Inf.g	Net.	Hot.	Rest.	Anim.	Ind.	Grt.	Igr.	Museu	Merchan.	Outs.	Praias
Janeiro	158	24	22	1	17	95	16	2	14	15	339	1
Fevereiro	75	3	9	14	22	67	20	20	20	25	76	1
Março	166	3	9	20	47	201	33	21	23	18	101	13
Abril	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Mai	582	15	25	69	69	158	97	32	63	87	193	—
Junho	628	11	46	134	99	213	139	44	63	82	420	169
Julho	645	0	49	122	49	235	135	40	48	46	330	233
Agosto	771	9	78	178	276	244	170	100	104	141	197	301
Setembro	559	1	37	83	59	133	51	1	5	27	152	60
Outubro	333	4	30	62	41	50	15	7	3	6	90	29
Novembro	291	9	51	134	26	43	49	21	33	13	66	7
Dezembro	695	0	58	253	148	219	121	13	17	24	60	2
Total	4903	79	414	1070	853	1658	846	301	393	484	2024	816

Mês	Por faixa etária						
	-15	15-20	20-30	30-40	40-50	50-60	+60
Janeiro	30	49	55	86	157	105	76
Fevereiro	7	23	9	53	71	39	45
Março	37	14	33	90	121	65	49
Abril	43	19	65	103	131	62	60
Maió	137	59	56	100	131	168	271
Junho	63	50	83	153	229	260	284
Julho	170	75	112	170	283	260	158
Agosto	131	102	172	317	287	179	136
Setembro	64	62	68	95	129	130	243
Outubro	39	25	44	76	93	54	88
Novembro	27	34	61	57	48	104	91
Dezembro	70	105	122	150	223	169	209
Total	818	617	825	1450	1903	1595	1710

Fonte – Elaboração própria com base nos dados sobre os visitantes, cedidos pelo Posto de Turismo de Penela

Anexo 3 – Tabelas com os dados dos visitantes de Penela em 2011

Dados dos visitantes a Penela, 2011								
Mês	Totais Visitantes	Por nacionalidade						
		Port.	Ing.	Esp.	Fr.	Al.	Br.	Out.
Janeiro	992	897	43	11	4	7	20	10
Fevereiro	795	597	85	33	57	9	6	8
Março	765	612	99	15	19	14	6	0
Abril	545	429	69	17	12	8	2	8
Maio	643	501	83	5	8	9	25	12
Junho	931	686	47	31	102	0	40	25
Julho	817	525	95	66	75	40	6	10
Agosto	1096	825	93	74	70	15	13	6
Setembro	638	514	64	8	24	6	3	19
Outubro	374	231	41	4	9	6	16	67
Novembro	230	203	13	2	4	4	2	2
Dezembro	1385	1315	30	25	0	2	1	12
Total	9211	7335	762	221	384	120	140	179

Mês	Por agrupamento					
	Pares	Fam.	Ind.	Exc.	Prof.	Out.
Janeiro	138	75	154	439	31	155
Fevereiro	100	92	210	114	79	200
Março	59	123	66	164	57	296
Abril	72	94	80	57	57	185
Maio	104	124	125	40	101	149
Junho	158	148	159	143	110	213

Julho	114	231	128	133	36	175
Agosto	182	482	144	59	44	185
Setembro	161	115	122	101	40	99
Outubro	62	61	55	2	56	138
Novembro	22	20	92	0	79	17
Dezembro	157	467	178	1	165	417
Total	1329	2032	1513	1253	855	2229

Mês	Por motivo de visita										
	Inf.G	Hot.	Rest.	Anim.	Ind.	Grut.	Igr.	Museu	Merchn.	Out.	Praias
Janeiro	824	108	200	121	114	54	34	25	8	24	3
Fevereiro	686	129	182	83	209	80	58	42	28	82	6
Março	435	7	56	3	145	44	0	0	2	268	1
Abril	264	21	63	18	118	17	2	15	6	186	25
Mai	242	23	51	70	85	35	19	30	65	347	8
Junho	527	21	90	61	170	67	132	12	190	262	33
Julho	558	22	75	11	129	29	23	28	159	198	87
Agosto	711	13	88	12	152	165	102	140	152	308	229
A partir de Agosto a coluna designada por Inf.G passa a Info; Hot. a Aloj.; Anim. a Even.; as colunas Igr. E Museu passam a Patr.; as Grut e Praias a Nat. e Merchn. a Loja.											
	Info.	Aloj.	Rest.	Event.	Indc.	Patr.	Nat.	Loja	Outs.		
Setembro	310	10	84	50	140	71	62	85	163		
Outubro	140	14	32	22	98	21	15	56	115		
Novembro	32	3	3	21	50	7	9	19	147		
Dezembro	396	24	152	547	276	75	59	168	431		

Mês	Por faixa etária						
	-15	15-20	20-30	30-40	40-50	50-60	+60
Janeiro	22	37	50	101	80	223	479
Fevereiro	45	35	53	80	143	219	220
Março	57	49	58	121	123	220	137
Abril	20	33	52	110	134	117	79
Maio	23	28	69	146	188	119	70
Junho	45	9	91	150	266	189	181
Julho	75	26	84	178	172	208	74
Agosto	133	33	148	262	179	164	177
Setembro	31	28	100	118	139	86	136
Outubro	13	40	46	82	93	67	33
Novembro	7	3	23	59	91	36	10
Dezembro	172	197	114	245	367	198	92
Total	643	518	888	1652	1975	1846	1688

Fonte – Elaboração própria com base nos dados sobre os visitantes, cedidos pelo Posto de Turismo de Penela

Anexo 4 – Tabelas com os dados dos visitantes de Penela em 2012

Mês	Total visitante	Por nacionalidade						
		Port.	Ing.	Esp.	Fr.	Al.	Br.	Out.
Janeiro	686	644	30	3	1	0	6	2
Fevereiro	268	250	9	2	2	0	1	4
Março	343	309	11	0	8	0	3	12
Abril	328	249	46	16	6	2	1	8
Maio	662	438	104	33	17	21	43	6
Junho	547	321	76	8	36	0	4	12
Julho	666	471	72	39	45	12	15	12
Agosto	973	470	153	147	118	28	32	25
Setembro	1582	1346	132	15	14	6	28	41
Outubro	490	325	84	23	24	11	4	19
Novembro	259	205	34	9	0	4	2	5
Dezembro	429	351	38	10	13	5	0	12
Total	7143	5379	789	305	284	89	139	158

Mês	Por agrupamento					
	Pares	Fam.	Ind.	Exc.	Prof.	Out.
Janeiro	97	132	112	6	105	234
Fevereiro	50	10	98	5	84	21
Março	46	31	98	35	93	40
Abril	79	66	66	3	37	77
Maio	90	129	162	129	61	91

Junho	97	73	84	41	48	114
Julho	180	122	101	113	57	93
Agosto	231	282	143	89	19	209
Setembro	313	310	446	237	93	182
Outubro	190	75	84	6	33	102
Novembro	89	16	60	0	26	68
Dezembro	88	65	158	1	51	66
Total	1550	1311	1612	665	707	1297

Mês	Por motivo de visita								
	Info.	Aloj.	Rest.	Event.	Indc.	Patr.	Nat.	Loja	Outs.
Janeiro	241	30	72	233	97	21	20	80	249
Fevereiro	60	7	20	16	120	8	7	22	107
Março	111	7	9	12	94	19	15	51	160
Abril	135	15	17	9	59	20	23	44	82
Mai	166	50	98	70	92	51	51	56	134
Junho	185	22	30	34	85	51	20	13	74
Julho	507	47	101	34	75	45	46	35	141
Agosto	738	65	77	59	168	110	105	40	104
Setembro	1262	102	153	800	226	39	146	32	217
Outubro	317	67	69	75	77	44	25	30	108
Novembro	138	32	41	56	33	29	21	11	101
Dezembro	196	59	133	155	108	31	37	16	83
Total	4056	503	820	1553	1234	468	516	430	1560

Mês	Por faixa etária						
	-15	15-20	20-30	30-40	40-50	50-60	+60
Janeiro	30	49	43	141	206	154	63
Fevereiro	4	1	27	66	98	55	17
Março	47	3	28	63	118	55	29
Abril	12	9	42	56	104	70	15
Maió	11	44	61	99	145	136	166
Junho	9	21	36	75	110	120	86
Julho	37	33	75	119	171	122	109
Agosto	84	34	104	210	209	245	87
Setembro	50	35	125	218	346	514	293
Outubro	14	22	33	126	140	98	57
Novembro	1	19	13	55	95	48	28
Dezembro	22	15	26	64	92	112	98
Total	321	285	613	1382	1834	1729	969

Fonte – Elaboração própria com base nos dados sobre os visitantes, cedidos pelo Posto de Turismo de Penela

Anexo 5 – Tabelas com os dados dos visitantes de Penela em 2013

Mês	Total visitante	Por nacionalidade						
		Port.	Ing.	Esp.	Fr.	Al.	Br.	Out.
Janeiro	275	245	12	0	5	0	1	12
Fevereiro	159	144	11	1	0	1	0	2
Março	242	182	14	42	0	0	0	4
Abril	489	369	28	36	32	8	9	7
Maio	347	210	28	17	22	4	7	59
Junho	388	320	40	6	9	2	5	6
Julho	452	309	46	54	16	0	17	10
Agosto	340	207	30	33	30	4	21	15
Total	2692	1986	209	189	114	19	60	115

Mês	Por agrupamento					
	Pares	Fam.	Inf.	Exc.	Prof.	Out.
Janeiro	87	24	94	4	21	45
Fevereiro	31	26	52	1	19	30
Março	50	44	49	10	18	71
Abril	137	36	94	75	49	98
Maio	117	35	64	75	35	21
Junho	119	40	60	67	52	50
Julho	106	106	79	42	21	98
Agosto	105	112	43	0	3	77
Total	752	423	535	274	218	490

Mês	Por motivo de visita								
	Info.	Aloj.	Rest.	Event.	Indc.	Patr.	Nat.	loja	Outs.
Janeiro	146	14	50	78	47	5	16	14	56
Fevereiro	97	14	32	25	35	3	20	8	49
Março	140	22	33	29	67	37	27	25	105
Abril	222	35	65	84	67	37	20	39	158
Maio	165	8	19	19	35	6	9	32	103
Junho	188	0	17	20	12	23	7	41	101
Julho	232	28	22	17	53	25	19	61	137
Agosto	205	14	42	27	46	14	9	7	44
Total	1395	135	280	299	362	150	127	227	753

Mês	Por faixa etária						
	-15	15-20	20-30	30-40	40-50	50-60	+60
Janeiro	10	6	20	54	62	71	52
Fevereiro	9	7	15	33	41	44	10
Março	34	9	24	50	64	43	18
Abril	63	30	58	59	106	128	45
Maio	10	10	20	48	110	80	69
Junho	40	19	47	91	85	73	33
Julho	44	16	46	76	130	91	49
Agosto	48	38	46	56	66	40	10
Total	258	135	276	467	664	570	286

Fonte – Elaboração própria com base nos dados sobre os visitantes, cedidos pelo Posto de Turismo de Penela

Anexo 6 – Inquérito feito aos hóspedes do hotel

Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

INQUÉRITO

O presente inquérito tem por base uma **investigação de natureza científica** que pretende **identificar o que pesou na escolha do HD- Duécitânia Design Hotel**, na região Centro, e a **opinião dos hóspedes relativamente à presença de atividades de lazer no hotel já mencionado**.

O seu conteúdo tem apenas **interesse académico** e, portanto, a **informação nele contida** tem salvaguardada a **confidencialidade**, o **sigilo** e o **anonimato**, apenas servindo os objectivos científicos da pesquisa. Por isso, peço-lhe que responda a todas as questões.

I. Caracterização dos inquiridos:

1. Nacionalidade: 1.1 Portuguesa: 1.2 Outra 1.2.1 Qual? _____
2. Naturalidade: 2.1 Concelho _____
3. Concelho de residência habitual/principal _____
4. Idade: _____ anos
5. Habilitações Literárias:
 - 5.1 Ensino Básico 5.2 Ensino Secundário 5.3 Ensino Superior
 - 5.3.1 Bacharel 5.3.2 Licenciado 5.3.3 Mestre 5.3.4 Doutorado
 - 5.4 Outra: _____
6. Profissão: _____
7. Agregado familiar:
 - 7.1 Número de elementos ____ 7.2 Idade _____

II. HD- Duécitânia Design Hotel: Razões que levaram à escolha do Hotel.

1. Como teve conhecimento do hotel?

- 1.1 Pela Internet 1.2 Pelo Site/Facebook do Hotel 1.3 Promoções de agências
- 1.4 Outra 1.4.1 Qual? _____

2. Por que razão escolheu hospedar-se neste hotel?

- 2.1 Pela Localização 2.2 Pelos programas de entretenimento 2.2.1- Qual/ais? _____
- 2.3 Porque é novo/curiosidade 2.4 Pelas instalações 2.5 Pelas atividades de lazer
- 2.5.1 Qual/ais? _____
- 2.6 Pela decoração/tema (cultura romana) 2.7 Outra 2.7.1 Qual? _____

III. Atividades de Lazer: Contribuição das atividades para o Hotel.

1. Considera que um bom programa de atividades de lazer é uma mais-valia para um hotel?

- 1.1 Sim 1.2 Não 1.3 Talvez

2. Das três hipóteses a seguir sugeridas, assinale a que acha mais apelativa para o hotel.

- 2.1 Espaço equestre 2.2 Percurso de Arvorismo 2.3 Piscina Biológica
2.4 Todas as anteriores

3. Na sua estadia no hotel pretende realizar atividades de animação?

- 3.1 Não 3.2 Sim 3.2.1 Qual/ais? _____

IV. Avaliação da estadia.

1. Atendimento ao Público

- 1.1 Muito Bom 1.2 Bom 1.3 Satisfatório 1.4 Reduzido 1.5 Fraco

2. Instalações do Hotel

2.1. Quartos

- 2.1.1 Muito Bom 2.1.2 Bom 2.1.3 Satisfatório 2.1.4 Reduzido 2.1.5 Fraco

2.2 SPA (Caso tenha usufruído)

- 2.2.1 Muito Bom 2.2.2 Bom 2.2.3 Satisfatório 2.2.4 Reduzido 2.2.5 Fraco

2.3 Restaurante (Caso tenha usufruído)

- 2.3.1 Muito Bom 2.3.2 Bom 2.3.3 Satisfatório 2.3.4 Reduzido 2.3.5 Fraco

3. Limpeza das instalações

- 3.1 Muito Bom 3.2 Bom 3.3 Satisfatório 3.4 Reduzido 3.5 Fraco

V. Aspectos positivos:

VI. Aspectos negativos:

VII. Sugestões.

Muito Obrigada pela sua Colaboração

Anexo 7 – Lista de atividades elaboradas no âmbito do projeto de estágio

Pacote Cultural / Tradicional:

1 – Um dia na Roma Antiga- A Rota dos Romanos:

Descrição: Após um intenso início de dia, recheado de conhecimento com a visita a Santiago da Guarda, segue-se um retemperador almoço volante. À tarde convidamo-lo a fechar o circuito da Romanização, visitando a Villa Romana do Rabaçal e as Ruínas Romanas de Conímbriga, assim como os respetivos museus. No museu do Rabaçal terá ainda a oportunidade para provar e saborear o famoso queijo do Rabaçal, e se desejar adquirir os produtos. Já revigorados, e de volta ao hotel, estamos prontos para apreciar a deliciosa ceia romana que foi preparada especialmente para nós, ao longo da tarde.

Programa:

10:00 – Receção dos participantes no hotel

10:30 – Visita a Santiago da Guarda

12:00 – Almoço Volante

14:00 – Visita á Villa Romana do Rabaçal e Espaço Museu
Prova do queijo do Rabaçal

15:00 – Visita às Ruínas Romanas de Conímbriga e Museu

18:30 – Regresso ao Hotel

19:00 – Ceia Romana

Recursos:

- Guia Intérprete
- Transporte
- Contacto com a senhora da queijaria por causa dos produtos para a prova

Local: Ansião, Rabaçal e Condeixa-a-Nova

Distância: 51 km

Duração: 1 dia

Nº de participantes: 6 a 20

Época: Todo o ano

Preço da atividade: 60 €

Termos e condições: A reserva deverá ser feita com uma semana de antecedência.

O preço inclui: Guias, transportes e alimentação e seguro de acidentes pessoais

“Do it Yourself”**2 – Experiências com Tradições – A Casa da Mestra:**

Descrição: A atividade na Casa da Mestra, foi criada a pensar nos que procuram, o que de mais tradicional tem o nosso território. Adeptos do experimentar com as próprias mãos, proporcionamos-lhe a possibilidade de aprender a fazer o queijo e a broa, que mais tarde terá oportunidade de provar. Numa época em que a sustentabilidade está em voga importa salientar que

visitará o moinho que há tantos séculos aproveita a energia para moer o cereal e transformar a farinha.

Programa:

10:00 — Receção dos participantes no hotel

10:30 — Alimentar e Ordenhar as ovelhas/ acender o forno

11:30 — Preparação do cabrito e preparação da massa para confeccionar a broa
Aprender a fazer o queijo

13:00 — Almoço

14:30 — Visita percurso pedestre

16:00 — Regresso à Casa da Mestra para degustar o queijo e a broa

18:00 — Regresso ao hotel

Recursos:

- Transporte
- Falar com a mulher que faz o queijo (ver disponibilidade)

Local: Mestra

Distância: 5 km

Duração: 1 dia

Nº de participantes: 10 a 15

Época: Todo o ano

Preço da atividade: 50 €

Termos e Condições: A reserva deverá ser feita com uma semana de antecedência

O preço inclui: Almoço, lanche, transporte e seguro de acidentes pessoais

3 – Uma Paisagem Cultural Rica em Tradição- Aldeias do Xisto:

Descrição: No que diz respeito à gastronomia, ao artesanato e alojamento as Aldeias do Xisto destacam-se pelos produtos e tradições num território de enorme beleza que oferece ao visitante experiências únicas.

Na Ferraria de S. João e no Casal de S. Simão, poderá observar estruturas urbanas existentes nas aldeias, onde predomina a arquitetura popular, com materiais locais.

Passando pela Aldeia do Mosteiro terá oportunidade de visitar os vários moinhos que sustentavam a população da aldeia, que vivia da agricultura, e os lagares que são atualmente atracões turísticas.

Finalizamos o percurso na Aldeia de Álvaro, uma das “aldeias brancas” da rede das Aldeias de Xisto, cujo património religioso atesta a importância que teve outrora para as ordens religiosas.

Programa:

10:00 — Receção dos participantes no Hotel

10:30 — Início do percurso pedestre na Ferraria de S. João até ao Casal de S. Simão (cerca de 3 horas)

13:30 — Almoço no Restaurante Varanda do Casal

15:00 — Visita à Aldeia do Mosteiro

16:00 — Visita à Aldeia de Álvaro

Recursos:

— Transporte

— Criar algum tipo de parceria, para que a refeição no restaurante fique num preço em conta;

Local: Aldeias do xisto

Distância: 84 km

Duração: 1 dia

Nº de participantes: 10 a 20

Época: Todo o ano

Preço: 40 €

Termos e condições: A reserva deverá ser feita com uma semana de antecedência.

O preço inclui: Transporte, almoço, guia e seguro de acidentes pessoais

4 – Sabor da Experiência- Apanha da Azeitona:

Descrição: Atividade com a Go Outdoor

Esta atividade apresenta um programa cultural, que de forma lúdica, pretende mostrar todo o processo do azeite, desde a apanha até à transformação da azeitona. Os participantes terão a oportunidade de apanhar a azeitona através dos métodos tradicionais e preceder à sua limpeza.

O almoço será num restaurante típico a funcionar no espaço de um antigo lagar, onde vão poder ouvir um pouco sobre os métodos tradicionais para fazer azeite. Depois do almoço visitarão um lagar moderno, onde poderão provar o azeite.

Programa:

10:00 — Receção dos participantes no Hotel

10:30 — Apanha e limpeza da azeitona no espaço do Hotel

13:00 — Almoço em restaurante típico a funcionar no espaço de um antigo lagar (explicação do processo de funcionamento de um lagar antigo)

16:00 — Visita ao lagar “Ouro do Sicó” – Início do processo de transformação da azeitona

17:30 — Prova do azeite

Recursos:

- Fazer a parceria com a Go Outdoor e negociar o preço, uma vez que a apanha da azeitona é feita no espaço do hotel;
- Transporte

– Meios para a apanha da azeitona

Local: Espinhal e Rabaçal

Distância: 11 km

Duração: 1 dia

Nº de participantes: 6 a 15

Época: Sazonal

Preço: 35€

Termos e Condições: A atividade deverá ser feita com uma semana de antecedência

O preço inclui: Almoço, transporte, guias e seguro de acidentes pessoais

5 – Rota das Adegas – O licor dos Deuses:

Descrição: Seria uma atividade onde os participantes teriam oportunidade de visitar algumas adegas de produtores locais, de vinho e licores. Aprenderiam um pouco acerca da produção dos mesmos, e no fim teriam a possibilidade de provar. Tinha de ser criado um percurso que podia ser feito de bicicleta. No preço da atividade poderia estar incluído a oferta de um licor ou garrafa de vinho. A juntar à atividade uma pequena amostra de produtos endógenos ou degustação de alguns aperitivos.

Programa: Seria uma atividade para ser feita da parte da tarde

Recursos:

– Necessária parceria com alguns produtores locais;

– Transporte

Local: A definir

Distância: A definir

Duração: A definir

Nº de participantes: A definir

Época: A definir

Preço: A definir

Termos e condições: A atividade deverá ser reservada com uma semana de antecedência

O preço inclui:

6 – Feel The land- Apanha das uvas:

Descrição: (Atividade da Câmara Municipal de Penela)

Participar nas vindimas, provar o vinho ou visitar adegas é cada vez mais uma opção para muitos turistas que procuram formas diferentes de passar o dia. O Enoturismo poderá ser um elemento diferenciador no turismo do Concelho, que poderá permitir ao visitante ficar a par das atividades diárias implicadas na produção vitivinícola. Atendendo á forte notoriedade da fileira vitivinícola, á especificidade técnica que envolve todo o acompanhamento junto dos vitivinicultores do concelho e à conseqüente necessidade de criar uma dinâmica participativa, surgiu o projeto de enoturismo, o Penela “ Feel the land”, em que os turistas têm a possibilidade de poder vindimar, conviver com alguns produtores e partilhar experiências.

Programa: a definir

Recursos:

- Vinha
- Meios para a apanha da uva
- Transporte

Local: Penela

Distância:

Duração: 1 dia

Nº de participantes: a definir

7 – Iguarias (...) – Queijo do Rabaçal

Descrição: Esta atividade passaria pela visita á queijaria do Rabaçal. É necessário contactar com a senhora da queijaria para saber o programa da atividade (se inclui apenas a visita á queijaria, se também se pode incluir uma prova de queijos)

Programa: A definir

Recursos: A definir

Local: Rabaçal

Distância:

Duração: 1 dia

Nº de participantes: 10 a 20

Época: Todo o ano

Preço: A definir

Pacote Radical:

**1 – À descoberta de um fantástico mundo subterrâneo-
Aventura Radical:**

Descrição: Para os mais destemidos e amantes de sensações radicais, proporcionamos a visita à gruta do Soprador do Carvalho. Com cerca de 5 km de desenvolvimento é atualmente a terceira maior gruta de Portugal, onde pode ser percorrido o maior rio subterrâneo do país. Venha descobrir este complexo sistema cárstico. (Esta atividade é feita em parceria com a empresa de animação turística Go Outdoor)

Programa:

14:30 – Receção dos participantes no CISED e apresentação teórica sobre a Espeleologia e o Sistema Espeleológico do Dueça.

16:00 – Visita à gruta do Soprador do Carvalho

17:30 – Fim da atividade

Recursos:

- Material necessário para fazer espeleologia (fatos e material de segurança)
- Transporte

Local: CISED – Penela

Distância:

Duração: 1 manhã/tarde

Nº de participantes: 6 a 15

Época: Primavera, Verão e Outono

Preço: 25,00 euros

Termos e Condições: A atividade deve ser reservada com uma semana de antecedência

O preço inclui: Material, guia e seguro de acidentes pessoais

2 – Rasgando os Céus- Atividade de voo:

Descrição: Esta atividade apenas funcionaria durante o fim de semana, salvo rara exceção, e consiste num batismo de voo, em que as pessoas podem propor uma rota e verem tudo de uma outra perspetiva. O voo tem a duração de uma hora e a rota é à escolha do cliente. Descolam do aeródromo de Cernache.

Pacote de Natureza:

1 – Os recantos da natureza- Cascata da Pedra da Ferida:

Descrição: A cascata da Pedra da Ferida localiza-se na Serra do Espinhal, e tem acesso inicial pelo caminho da Ribeira da Azenha. Para visitar este agradável local terá de deixar o carro a algumas centenas de metros e fazer um pequeno percurso pedonal, através do qual poderá observar várias quedas de água, sendo a Pedra da Ferida a maior delas, nome pelo qual ficou conhecida. Tem cerca de 25 metros. O percurso ao longo da ribeira é muito agradável e possui alguns sítios onde pode mesmo tomar-se banho. A acompanhar os visitantes irá alguém entendido em fauna e flora que explicará as espécies que vão observando.

Programa:

14:00 – Saída do Hotel de bicicleta

14:30 – Início do percurso pedestre

17:00 – Regresso ao hotel

17:30 – Piquenique no jardim do hotel

Recursos:

– Bicicletas

– Especialista em fauna e flora

Local: Espinhal

Distância:

Duração: 1 dia

Nº de participantes: 6 a 15

Época: Primavera e Verão

Preço: 20 €

Termos e Condições: A atividade deve ser reservada com uma semana de antecedência.

O preço inclui: Guia e lanche

2 – Viagem pelas Formações Cársicas- Buracas do Casmilo:

Descrição: Devido á ação dos elementos como a chuva e o vento, na pedra, as serras calcárias apresentam uma paisagem muito peculiar. Neste passeio convidamo-lo a conhecer as Buracas do Casmilo e o Campo de Lapiás. Dotados de uma enorme espetacularidade não lhe vai ficar indiferente. Aproveite para observar a fauna e a flora existentes, como o carvalho cerquinho e a Erva de Santa Maria, que é usada para fazer o famoso queijo do Rabaçal. Registe o momento para mais tarde recordar.

Programa:

10:00 – Receção dos participantes no hotel

10:15 – Passeio de bicicleta até à aldeia do Casmilo

13:00 – Passeio pedestre até às Buracas do Casmilo

13:30 – Almoço nas Buracas (Chouriço assado com broa e queijo)

Recursos:

– Bicicletas

Local: Casmilo

Distância: 17 km

Duração: 1 dia

Nº de participantes: 6 a 15

Época: Primavera, Verão e Outono

Preço: 25€

Termos e Condições: A atividade deve ser reservada com uma semana de antecedência.

O preço inclui: Bicletas, almoço e guia

Nota: Em todas as atividades de lazer, realizadas pelo Duecitània Design Hotel, está incluído no preço o seguro de acidentes pessoal.

