



Escola Superior de Turismo e Hotelaria de Seia

Mestrado em Gestão e Sustentabilidade no Turismo

**A animação turística e a ligação ao mundo rural:
Um estudo do lado da procura no Município de
Seia**

Miguel de Brito Duarte

Abril 2021



Escola Superior de Turismo e Hotelaria

Instituto Politécnico da Guarda

**A animação turística e a ligação ao mundo rural:
Um estudo do lado da procura no Município de
Seia**

Miguel de Brito Duarte, N.º 6001347

Projeto Aplicado, apresentado à Escola Superior de Turismo e Hotelaria do Instituto Politécnico da Guarda, para a obtenção do grau de Mestre em Gestão e Sustentabilidade no Turismo, realizada sob a orientação da Professora Especialista Elsa Maria Costa Ventura Ramos e do Professor Doutor Ricardo Jorge da Costa Guerra.

Abril 2021

Agradecimentos

Agradeço a todos que de forma direta ou indiretamente contribuíram para o desenvolvimento deste trabalho de investigação, ou mais propriamente para a conclusão desta etapa final de projeto de investigação. Em especial aos meus pais que contribuíram de forma decisiva para a conclusão desta etapa de mestrado de gestão e sustentabilidade do turismo.

Agradeço também em jeito mais específico aos professores orientadores do projeto de investigação professora Elsa Ramos e ao professor Ricardo Guerra que me ajudaram na conclusão deste estudo.

Resumo

O projeto de investigação é um estudo que objetiva entender o que se traduz por mundo rural, no qual tenta compreender o seu desenvolvimento em parceria com a animação turística. Dependendo dessa relação surge um tipo de procura turística específica com motivações e comportamentos característicos aliadas às áreas rurais, que é também um dos focos do trabalho a desenvolver neste projeto. A animação turística aparece como uma das estratégias sustentáveis de desenvolvimento do território rural. Compreender a sua importância a nível global e, em específico perceber qual a pertinência para áreas rurais, como por exemplo na revitalização do património natural e cultural de uma determinada região, na captação de novos mercados da procura, na criação de inovação e diferenciação nos mercados da oferta, entre outros aspetos. Entende-se então que a animação turística é um subsector do turismo que permite com que o setor tenha maior número de oferta, ou maior capacidade de resposta às novas exigências dos consumidores turísticos, o que deste modo se configura como uma maneira de atribuir dinamismo aos territórios rurais, no qual acaba por ultrapassar outros setores incutidos neste meio, como é o caso do agrícola. Neste sentido, pretende-se criar um conjunto de atividades de animação turística incutidas no município de Seia, mais concretamente para integrar nos serviços de hotelaria e em empresas de animação turística da área, permitindo que estas obtenham diversidade na sua oferta e, paralelamente os territórios ganhem maior notoriedade, bem como as especificidades locais. Portanto, o tema do trabalho define-se pela: a importância que a animação turística tem no mundo rural, um estudo ao lado da procura turística que se desloca ao município de Seia. Este tema faz referência ao turista que viaja para o município em busca de algo de novo, relacionado com experiências sustentáveis ligadas ao turismo, o que neste propósito analisa a pertinência que a animação tem em áreas, como o setor turístico, sustentável, rural, em que são pesquisadas algumas das empresas de animação a nível nacional que trabalham no ramo com o propósito de analisar a sua atividade, para que, posteriormente se criem outras atividades da mesma área para este espaço. Também são ainda observadas atividades que são desenvolvidas no mundo rural e completadas com a animação turística. A escolha do município de Seia deve-se ao tipo de localização, predominantemente rural e por se encontrar numa área ecológica, protegida, onde se avistam monumentos naturais e culturais e, onde existe alojamento turístico capaz de demonstrar parte desse património natural e cultural da zona. Efetua-se a análise da procura turística através de metodologias de investigação como inquéritos por questionário com o intuito de verificar e compreender a pertinência que a animação e o mundo rural, bem como o turismo tem nas suas motivações.

Palavras-chave: animação turística, mundo rural, turismo, sustentabilidade, Município de Seia, Serra da Estrela

Abstract

The research project is a study that aims to understand what translates into rural world, in which it tries to understand its development in partnership with tourist entertainment.

Depending on this relationship, a specific type of tourist demand emerges with characteristic motivations and behaviors allied to rural areas, which is also one of the focus of the work to be developed in this project. Tourist entertainment appears as one of the sustainable strategies for the development of rural territory. Understand its importance at a global level and, in particular, understand its relevance to rural areas, for example in the revitalization of the natural and cultural heritage of a given region, in capturing new demand markets, in creating innovation and differentiation in markets of the offer, among other aspects. It is understood then that tourist entertainment is a subsector of tourism that allows the sector to have a greater number of offers, or greater capacity to respond to the new demands of tourist consumers, which in this way is configured as a way to give dynamism to rural territories, in which it ends up surpassing other sectors inculcated in this environment, as is the case of agriculture. In this sense, it is intended to create a set of tourist animation activities instilled in the municipality of Seia, more specifically to integrate in the hotel services and tourist animation companies in the area, allowing them to obtain diversity in their offer and, in parallel, the territories gain greater notoriety, as well as local specificities. Therefore, the theme of the work is defined by: the importance that tourist entertainment has in the rural world, a study alongside the tourist demand that moves to the municipality of Seia. This theme refers to the tourist who travels to the city in search of something new, related to sustainable experiences related to tourism, which in this purpose analyzes the relevance that animation has in areas such as the tourism sector, sustainable, rural, in that some of the animation companies at national level that work in the field are researched with the purpose of analyzing their activity, so that, later on, other activities in the same area can be created for this space. Activities that are developed in the rural world and complemented with tourist entertainment are also observed. The choice of the municipality of Seia is due to the type of location, predominantly rural and because it is located in an ecological, protected area, where natural and cultural monuments can be seen, and where there is tourist accommodation capable of demonstrating part of the natural and cultural heritage of the area. . The analysis of tourist demand is carried out through research methodologies such as questionnaire surveys in order to verify and understand the relevance that animation and the rural world, as well as tourism have in their motivations.

Keywords: tourist entertainment, rural territories, tourism, sustainability, Municipality of Seia, Serra da Estrela

Índice Geral

Agradecimentos.....	IV
Resumo.....	VI
Abstract.....	VII
Índice Geral.....	VIII
Índice de Figuras.....	XII
Índice de Tabelas.....	XIV
Índice de Anexos.....	XVII
Glossário.....	XIX
1. Introdução.....	1
1.1 Enquadramento do tema.....	5
1.2 Problema da investigação.....	6
1.3 Objetivos do estudo.....	7
1.4 Estrutura do projeto de investigação.....	8
2. Turismo e Sustentabilidade.....	11
2.1 Introdução.....	11
2.2 A importância do turismo.....	11
2.2.1 Turismo Internacional.....	16
2.2.2 Turismo em Portugal.....	19
2.3 Práticas sustentáveis no turismo.....	25
2.4 Síntese.....	30
3. A Animação Turística.....	31
3.1 Introdução.....	31
3.2 Conceitos associados à animação turística.....	31
3.3 Finalidades e tipologias da animação turística.....	35
3.3.1. Tipologias da animação turística.....	36
3.3.1.1. Animação hoteleira.....	36
3.3.1.2. Animação turístico desportiva.....	38
3.3.1.3 Modalidades da animação.....	41

3.4	Motivações ligadas à animação turística e perfil da procura turística.....	41
3.5	Benchmarking às boas práticas em Portugal.....	45
3.6	Síntese.....	56
4.	O Mundo Rural e a Animação Turística.....	59
4.1	Introdução.....	59
4.1	Mundo rural: conceptualização.....	59
4.2	Atividades no mundo rural.....	69
4.2.1	Atividades de animação turística no mundo rural.....	76
4.3	Síntese.....	84
5.	Enquadramento Territorial: Município de Seia.....	87
5.1	Introdução.....	87
5.1	Enquadramento geográfico.....	87
5.2	Património natural.....	88
5.3	Património cultural.....	89
5.4	Infraestruturas e equipamentos de apoio ao turismo.....	93
5.4.1	Alojamento turístico.....	93
5.4.1.1	Empreendimentos turísticos.....	93
5.4.1.2	Alojamento local.....	95
5.4.2	Restauração.....	95
5.4.3	Empresas de animação turística.....	96
5.4.4	Agentes de viagem e turismo.....	97
5.5	Síntese.....	97
6.	Modelo e Metodologia da investigação.....	99
6.1	Introdução.....	99
6.2	Estratégia e modelo de investigação.....	99
6.3	Recolha empírica dos dados.....	100
6.3.1	Recolha de dados preexistentes: dados secundários e dados documentais.....	101
6.3.2	Inquérito por questionários aos visitantes de Seia.....	101
6.5	Síntese.....	102

7. Análise de resultados.....	103
7.1 Caraterização da amostra.....	103
7.2 Análise dos inquéritos aplicados aos visitantes de Seia.....	107
8. Proposta de desenvolvimento de atividades de animação turística ligadas ao mundo rural para o Município de Seia.....	127
9. Conclusões.....	135
9.1 Conclusões e contributos.....	135
9.2 Principais dificuldades e limitações no estudo.....	137
9.3 Sugestões para investigações futuras.....	138
Referências bibliográficas.....	139
Anexos.....	145

Índice de Figuras

Figura 1. Viagens totais dos residentes para Portugal e para o estrangeiro.....	17
Figura 2. Países recebem mais e menos turistas que vivem no país ou no estrangeiro...	18
Figura 3. Chegadas de turistas por regiões de destinos: 2014-2019.....	18
Figura 4. Principais destinos dos turistas internacionais por sub-região de destino, 2019.....	19
Figura 5. Chegadas de turistas a Portugal: 2018-2019.....	20
Figura 6. Balança de viagens e turismo em Portugal.....	21
Figura 7. Balança turística portuguesa, (rubrica Viagens e Turismo): 2014 – 2019.....	21
Figura 8. Capacidade dos alojamentos turísticos: total e por tipo de estabelecimento...	22
Figura 9. Dormidas nos alojamentos turísticos: total e por tipo de estabelecimento.....	23
Figura 10. Estabelecimentos de turismo de habitação e de turismo no espaço rural: total e por tipo de estabelecimento.....	23
Figura 11. Atividades da empresa Living Place (turismo ativo e de bem-estar).....	49
Figura 12. Programas de sensibilização e educação ambiental (empresa Living Place).....	49
Figura 13. Turismo de Saúde e bem-estar.....	51
Figura 14. Atividade de animação turística: passeio de burro.....	51
Figura 15. Atividade da empresa Lethes Go: itinerário cultural e natural.....	52
Figura 16. Atividades promovidas pela empresa Lethes Go.....	53
Figura 17. Caminhadas promovidas pela empresa North Discovery Adventures.....	54
Figura 18. Caminhadas promovidas pela empresa North Discovery Adventures	54
Figura 19. Valor da produção agrícola: total e por tipo.....	68
Figura 20. Mão de obra total: agricultura.....	68
Figura 21. Mão de obra (tabela completa) : agricultura.....	69
Figura 22. Esquema acerca da motivação turística e mundo rural.....	80
Figura 23- Dados de Demográficos Seia	87
Figura 24. Fórmula para a obtenção da dimensão da amostra da população nos inquéritos.....	106

Índice de tabelas

Tabela 1. Características da competição, recreação	39
Tabela 2. Atividades de animação desportiva.....	40
Tabela 3. Categorias motivacionais no turismo.....	43
Tabela 4. Motivações dos participantes na animação.....	43
Tabela 5. Listagem de empresas de animação turística em Portugal.....	46
Tabela 6. Quadro de atividades de animação turística feitas da empresa: Living Place.....	48
Tabela 7. Atividades da Empresa de animação turística: Descubra o Minho.....	50
Tabela 8. Atividades da empresa de animação turística: Let's Go.....	52
Tabela 9. Atividades de animação turística, empresa: North Discovery Adventure Tours.....	53
Tabela 10. Atividades de mundo rural que se enquadram nas boas práticas da animação turística.....	55
Tabela 11. Objetivos gerais das PAC.....	65
Tabela 12. Atividades no mundo rural.....	75
Tabela 13. Atividades de animação turística.....	82
Tabela 14. Património Natural de Seia.....	88
Tabela 15. Património Cultural da cidade de Seia.....	90
Tabela 16. Património imaterial: festas e romarias.....	92
Tabela 17. Empreendimentos turísticos no município de Seia.....	93
Tabela 18. Estabelecimentos de restauração da cidade de Seia.....	95
Tabela 19. Empresas de animação turística no município de Seia.....	96
Tabela 20. Principais diferenças entre o “velho” e o novo “turista”.....	104
Tabela 21. Identificação da procura turística que visita o município de Seia.....	126
Tabela 22. Atividades propostas do projeto de animação turística no mundo rural, o caso de Seia.....	130

Tabela 23. Atividades de animação turística a implementar em empreendimentos
turísticos: animação hoteleira133

Tabela 24. Atividades de animação para empresas de animação turístico desportivas.134

Índice de Gráficos

Gráfico 1 - Motivações e comportamentos do turista.....	109
Gráfico 2. Comportamento da procura turística: composição do grupo.....	109
Gráfico 3. Fontes consultadas pela procura turística.....	110
Gráfico 4. Distribuição da procura turística por alojamento turístico.....	111
Gráfico 5. Motivos da visita ao concelho de Seia.....	112
Gráfico 6. Experiência da procura turística: já conhecia ou não este destino turístico antes de viajar para Seia?.....	113
Gráfico 7. Nível de satisfação da procura turística quanto à visita ao concelho de Seia.....	114
Gráfico 8. Recomendação de Seia enquanto destino turístico.....	115
Gráfico 9. Opinião da procura quanto ao regresso ao mesmo destino turístico de Seia.....	116
Gráfico 10. Atrações que a procura pensa visitar ou visitou no concelho de Seia.....	117
Gráfico 11. O património local na perceção dos visitantes.....	119
Gráfico 12. Questão sobre a ideia da integração de atividades de animação turística em estabelecimento de alojamento.....	119
Gráfico 13. Nível de satisfação da procura turística em relação às atividades de animação turística inseridas e apresentadas pelos alojamentos turísticos.....	120
Gráfico 14. Considera que o mundo rural necessita de maior número de atividades de animação turística?.....	121
Gráfico 15 - Impactos do COVID19 em futuras deslocações da procura turística.....	122
Gráfico 16. Distribuição da procura turística por género, masculino e feminino.....	123
Gráfico 17. Distribuição da procura turística por faixa etária.....	124
Gráfico 18. Distribuição da procura turística por habilitações literárias.....	125
Gráfico 19. Distribuição da procura turística por distrito.....	125

Índice de Anexos

Anexo I – Inquéritos à procura turística do concelho de Seia.....	146
Anexo II – Tabela de agências de viagens no concelho de Seia.....	151
Anexo III – Alojamento local no concelho de Seia.....	152

Glossário

C.I.S.E – Centro de Interpretação da Serra da Estrela

DGPC - Direção Geral de Património Cultural

FEDR - Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

GPP – Gestão Planeamento Políticas

ICNF – Instituto Conservação da Natureza e das Florestas

LEADER - Ligação entre Ações de Desenvolvimento da Economia Rural

OMT – Organização Mundial de Turismo

PAC – Política Agrícola Comum

PC – Património Cultural

PCI – Património Cultural Imaterial

PRASD - Programa de Recuperação de Áreas Deprimidas

PNP – Parque Nacional da Peneda

TER – Turismo em Espaço Rural

1.Introdução

O presente projeto aplicado é um estudo que pretende compreender a importância que a animação turística tem para os meios rurais que na atualidade onde existe uma grande diversidade de recursos culturais e naturais. Objetiva perceber se este subsetor do turismo é um fator relevante para que os serviços e infraestruturas de apoio ao turismo se desenvolvam, bem como os recursos endógenos e património do espaço. Paralelamente, a animação turística aparece como uma estratégia dinamizadora dos territórios, definindo-se por ser equitativa e sustentável.

Neste sentido, é objetivo do projeto analisar as empresas de animação que trabalham em áreas rurais, o qual criam atividades com base nos recursos endógenos e que geram uma oferta sustentável, *à priori*. No conhecimento das atividades que prestam as empresas serve para que se crie um plano de atividades de animação turística que integre as unidades hoteleiras do município, nas empresas que laboram no mesmo, ou ainda nas entidades público ou privadas que pretendam utilizar este conjunto de atividades. Em suma, considera-se que este *benchmarking* a algumas das empresas a nível nacional serve para que o projeto aplicado seja uma estratégia inovadora, diferenciada, mas ao mesmo tempo que esteja dentro dos parâmetros e termos da responsabilidade ambiental, social, cultural e económica, que é um dos principais objetivos das atividades de animação a integrar em áreas rurais.

Todavia, entende-se que as atividades de animação turística a criar se enquadrem dentro do contexto rural, ligadas aos valores endógenos locais, ao qual se estabelecem como uma estratégia de desenvolvimento territorial, assente em princípios de sustentabilidade. Portanto, o projeto aplica-se ao município de Seia, onde se destaca a grande quantidade de recursos que este concelho apresenta.

O meio rural tem conhecido profundas transformações, compreendendo-se o surgimento de outras ocupações do território, em que as criações de novas estratégias podem permitir o crescimento social, económico e cultural desses espaços.

Em consonância, o turismo é uma das principais atividades económicas a nível mundial, o que também é geradora de revitalização social, cultural e ambiental. Em suma, considera-se que esta atividade seja multidimensional e multifuncional, no qual gera

benefícios em diversas áreas. Neste sentido, o turismo é um setor que apresenta diversos produtos como o turismo cultural, turismo de natureza, turismo rural, entre outros, que permitem abranger os múltiplos territórios com diferentes características.

O setor do turismo tem crescido tanto internacional, como nacionalmente, pelo que é necessário criar estratégias que regulem esse incremento da melhor forma. Significa ainda que a sua importância é sobretudo económica e, tem sido observada como algo a ter em conta, por parte dos países.

Paralelamente, entende-se que os recursos naturais e culturais do território constituem um importante fator de desenvolvimento para as áreas rurais, sendo que o mundo rural tem hoje novas configurações de desenvolvimento, entre as quais a aplicação do turismo como uma forma de revitalização do território. Para, Carvalho e Alves (2017), o planeamento dessas novas atividades ou estratégias deve reger pelo conceito de sustentabilidade, pondo os recursos endógenos como sendo o fator prioritário para o desenvolvimento de qualquer maneira de revitalização do espaço.

Entende-se assim que, segundo Henriques (2003 p.4):

“a respeito da consolidação do turismo sustentável, como uma ferramenta básica de gestão dos recursos turísticos, sublinha a importância da aplicação dos princípios de desenvolvimento sustentável ao turismo, nomeadamente a equidade, a preocupação com o longo prazo, a capacidade de carga, a conservação e as parcerias.”

Em consonância, o turismo aplicado em áreas rurais deve ser equilibrado, permitindo que as dimensões do espaço cresçam, o que deste modo, Gunn (1994) citado por Marujo e Carvalho (2010, p.148) “este planeamento deve ser estratégico, integrador, participativo e pluralista no sentido de envolver as dimensões sociais, económicas e físicas”.

Cardoso (2011, p.16), o “desenvolvimento rural é um conceito sobre o qual muito se tem refletido na Europa e um pouco por todo o mundo, fundamentalmente nas duas últimas décadas, o que se deve ao aparecimento de novas preocupações inerentes ao espaço rural”. O conceito de sustentabilidade que é um termo usado para definir prioridades para os espaços rurais e, para o turismo atual aplicado em áreas de densidade baixa, para Inskeep (1991) citado por Carvalho e Marujo (2010, p.149) o desenvolvimento sustentável do turismo pode ser percebido como “uma forma de conhecer e satisfazer as necessidades

presentes dos turistas e das regiões receptoras, protegendo e garantindo as oportunidades futuras.”

Este conceito de sustentabilidade aparece como uma forma de proporcionar aos territórios o equilíbrio dimensional, retraindo efeitos negativos para os recursos endógenos do espaço. Os novos atos de planeamento passam então pela preservação e conservação dos valores: a natureza e a cultura ligados ao meio rural.

Neste sentido, é fundamental preservar os recursos turísticos existentes com políticas de desenvolvimento a longo prazo que zelem pelo mesmo objetivo: a proteção e conservação dos espaços rurais e pelo crescimento do território.

Com a atividade agrícola a decrescer, são desenvolvidas políticas que têm como fundamento o desenvolvimento territorial, que tentam alavancar esta atividade económica e por sua vez tentam também fazer crescer outras atividades existentes no espaço com objetivo de dar maior diversidade ao espaço. Como é referido pela Comissão Europeia (1998) citado por Cardoso (201, pág.30):

“com o seu declínio tornou-se necessário procurar alternativas noutras atividades económicas, visto que hoje a atividade agrícola por si só não apresenta soluções de desenvolvimento rural, é necessário potencializar a própria agricultura em que se devem implementar medidas para diversificar as atividades económicas”.

Neste sentido, foram criados programas como PRODER, (Programa de Desenvolvimento Rural do Continente), FEADER (Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural), PROVERE (Programa de Valorização Económica dos Recursos Endógenos), entre outros que se fundamentam no desenvolvimento do meio rural.

Com este projeto aplicado pretende-se ainda realizar uma inventariação do que pode ser feito no território do município de Seia numa vertente rural e, com isso, perceber se a procura turística está predisposta a colaborar nas atividades de animação ligadas ao meio rural. Essa inventariação passa por conhecer os valores endógenos, através do trabalho de campo e, da investigação bibliográfica, que permita chegar aos recursos intrínsecos do espaço, que se estabeleçam como sendo importantes para a sua integração em atividades de turismo, ou, mais propriamente em atividades de animação turística.

O turismo que é definido para Cunha (2009) citado por Oliveira (2014, pág.17) como “a atividade ou as atividades económicas decorrentes das deslocações e permanências dos

visitantes”, é um setor que se encontra numa fase de crescimento por via de múltiplas circunstâncias e fatores como a globalização, as novas tecnologias da informação e comunicação, a sustentabilidade, entre outros fatores, o que são componentes da indústria turística que fomentam a mobilidade de pessoas entre territórios. É interesse do projeto investigar até que ponto o turismo pode constituir um fator benéfico para o espaço rural, sabendo-se que este se encontra também ligado à sustentabilidade que se assume como é um conceito valorizado e integrado em estratégias de desenvolvimento local, regional e nacional.

A animação turística por sua vez é um subsetor do turismo que possibilita o crescimento dos territórios, das infraestruturas de apoio ao turismo e, a recuperação da identidade cultural do espaço de forma equitativa, o que para Almeida (2003 p.67), “serve como base sustentável ao desenvolvimento de uma região, de uma instituição pública ou privada, na divulgação e afirmação de uma identidade cultural, na fixação de saberes e tradições, no desenvolvimento social das comunidades que visitam e são visitadas”. Em que interliga os diferentes valores a práticas turísticas de recreação, o que ligando este conceito ao mundo rural, constrói um ato de reaproveitamento do espaço que serve para melhorar de certo modo a sua condição social, económica e cultural do próprio território. Em consonância, para o mesmo autor Almeida (2003, p.67):

“a animação turística, é um produto turístico alternativo que garante a projeção efetiva da diferença, ou seja, num contexto onde a estrutura turística muitas vezes, se limita a reproduzir ambientes, modos de vida e estruturas arquitetónicas retiradas dos chamados territórios de êxito turístico, a animação turística pode ser a matriz da diferença, por via de uma rentabilização dos recursos disponíveis.”

O projeto inicia por referir um enquadramento teórico acerca do tema, seguindo-se a problemática do estudo e por último os objetivos do mesmo presente trabalho. Este projeto tende a comprovar que a animação turística em mundo rural constitui uma mais valia para este meio de base sustentável, em que por via dos valores territoriais endógenos se conseguem criar atividades que vão ao encontro da procura e que cria interesse em que esta participe e se sinta motivada a participar assumindo-se como uma mais valia para o espaço.

Para isso, conhecer as motivações da procura é um passo importante para o projeto, isto porque, torna-se facilitada a tarefa de planeamento e criação das atividades de animação,

sendo que um conhecimento prévio é determinante para que esta se desenvolva mais equilibradamente.

1.1 Enquadramento do tema

A animação turística é um subsetor do turismo que contribui para que os territórios rurais se desenvolvam. É um conceito abrangente, dinamizador e em progressão, que permite ao turista usufruir das atividades que são incorporadas na animação. Os territórios estão num percurso de crescimento sustentável, em que tentam reaproveitar os recursos endógenos para a criação de atividades lúdicas que dinamizem o espaço. A animação atrai o lado da procura turística para estes lugares, com objetivo de lhes proporcionar experiências inovadoras e diferenciadas.

Quanto ao lado da oferta, verifica-se que a animação é um fator que contribui para o desenvolvimento das infraestruturas de apoio ao turismo, para que as empresas da área tenham maior capacidade de corresponder às necessidades dos turistas. Através de atividades lúdicas consegue-se com que haja movimentação na cadeia de valor do setor turístico, mas também um desenvolvimento do território, dos seus recursos endógenos.

Para Almeida e Araújo (2012) a animação turística serve de base sustentável para o desenvolvimento de uma região, ou entidade pública ou privada, na divulgação e afirmação de uma identidade cultural, na fixação de saberes e tradições, no desenvolvimento económico e social das comunidades que visitam e são visitadas.

O projeto aplicado consiste na criação de atividades de animação turística aplicadas ao mundo rural. Elegeu-se o município de Seia para aplicação das atividades de animação turística pela proximidade geográfica e, por conter um elevado leque de recursos naturais e culturais. Também, estas atividades de animação servirão para que se apliquem em empresas de animação turística e em unidades hoteleiras da região, que têm como objetivo principal o desenvolvimento destas atividades como base de desenvolvimento dos meios rurais e, dos serviços de apoio que estão relacionados com o meio.

Entende-se que o mundo rural seja um meio onde existem diversas atividades económicas, que hoje se encontram em recessão por via de múltiplos fatores, o que leva a que a aplicação de novas dinâmicas para estes territórios seja uma estratégia importante.

O projeto tenta ainda perceber se a animação turística constitui uma mais valia para que o mundo rural cresça enquanto área sustentável que é, e que sirva de base para o desenvolvimento de regiões.

Paralelamente, pretende-se ainda inventariar o património do concelho em causa, para que posteriormente se adaptem este às atividades de animação turística, criando-se parte de uma oferta turística que pode ser aplicada em alojamentos turísticos da região ou em empresas de animação turística.

Todavia, para que se consiga reter um número elevado de turistas para um determinado destino é necessário que exista oferta turística que crie motivação para experimentar o produto ou serviço.

Logo, denotando-se uma quantidade de produtos e serviços de qualidade no lado da oferta, certamente que atrairá outros segmentos da procura turística que estão fora do contexto dos produtos já existentes, diferenciando a oferta.

Pretende-se com este projeto analisar ainda o lado da procura e perceber se a COVID-19 terá impacto nas futuras deslocações da procura, se afetará a sua deslocação para o mundo rural, estabelecendo-se com um fator de decréscimo para o desenvolvimento do setor turístico.

1.2 Problema de investigação

Entende-se que a animação turística seja um fator importante de crescimento para as áreas rurais, o que se torna num fator que completa o setor do turismo aquando integra os espaços rurais, em que permite que o lado da oferta tenha maior leque de escolha para oferecer ao lado da procura, ou seja, serviços com animação turística que certamente se assumem como uma inovadora estratégia de cativar os turistas a visitar o destino turístico.

O problema da investigação define-se como o seguinte:

A animação turística constitui um fator de desenvolvimento para o mundo rural?

Esta é a pergunta inicial, em que se pretende de facto conhecer a relevância que a animação turística tem no mundo rural, no qual se analisa o lado da procura que visita para este tipo de território, bem como se analisam as empresas de animação, o património, e todos os serviços como se refere ao lado da oferta.

1.3 Objetivos do projeto

Os objetivos de um trabalho de investigação estabelecem-se como metas a alcançar, o que tendem a ser formas delineadas com o propósito de dar especificidade ao caso e, de alguma forma conduzir o estudo ao objetivo final que é a sua concretização. Portanto, os objetivos do projeto de investigação estabelecem-se como sendo gerais e específicos.

Objetivos gerais:

- Analisar as necessidades turísticas do lado da procura que o município de Seia;
- Relacionar a animação turística aplicada ao mundo rural e, refletir sobre o seu desenvolvimento nas áreas rurais;
- Dar notoriedade ao conceito de sustentabilidade interligada ao termo de turismo, de modo a criar informação específica acerca deste conceito.
- Definir as práticas integradas ao rural do município de Seia.

Objetivos específicos:

- Dissecar as empresas de animação e as entidades que trabalham no setor do turismo com o fundamento de perceber como constroem práticas de animação turística a partir dos recursos endógenos locais e como os dão a conhecer à procura.
- Verificar as práticas que são efetuadas em territórios rurais e compreender a sua adaptabilidade à animação turística, como por exemplo a agricultura ligada à animação constitui uma relação de proximidade.
- Dentro destes objetivos mais específicos, compreender o tipo de turista da área do município de Seia, analisando as suas motivações de visitar uma área predominantemente rural.

1.4 Estrutura do projeto de investigação

A estrutura do projeto é definida por oito capítulos, sendo que o primeiro capítulo do trabalho se define como a introdução, onde é problematizado o problema do projeto e,

enquadrados os objetivos do mesmo. Paralelamente, realiza-se um enquadramento teórico conceptual relativo a este trabalho de investigação. Este enquadramento teórico conceptual esclarece aquilo que se pretende para o trabalho.

No segundo capítulo, pretende-se um estudo acerca da importância do turismo, o que se analisa também a relevância que este setor tem a nível nacional e internacional. Paralelamente, são analisadas algumas das práticas sustentáveis do turismo que se realizam de um modo global.

No terceiro capítulo é estabelecido o que se entende por animação turística, pressupondo-se conhecer as suas finalidades e tipologias que caracterizam o subsector do turismo. Neste capítulo pretende-se também conceptualizar as boas práticas que se realizam a partir de empresas de animação que utilizam os recursos locais para dar a conhecer os valores do território. A recreação designa-se como um dos objetivos da animação turística, o que aplicada a espaços rurais constitui um fator positivo para o mesmo, porque é um instrumento que conserva a identidade local, através da utilização dos recursos turísticos nas práticas lúdicas. A “Living Place”, empresa de animação a nível nacional que trabalha com recursos endógenos naturais e culturais e os promove através da prática de atividades de animação turística é um dos exemplos que se pretende explicitar neste projeto de investigação, através de uma análise ao benchmarking das empresas de animação turística que trabalham no ramo a nível nacional, no qual se objetiva analisar as atividades de animação que cada uma realiza, para que posteriormente seja efetuada uma proposta de desenvolvimento local. Portanto, este capítulo explica no fundo o que se traduz como animação turística e a sua importância para a recreação da procura e dos territórios que contêm património seja natural ou cultural.

No quarto capítulo do projeto pretende-se definir e conceptualizar o mundo rural e a pertinência que a animação turística tem neste meio. Ou seja, tendo em conta as atividades existentes em áreas rurais como o caso da agricultura, pretende-se perceber a relação de encontro entre estas atividades e a animação turística. Da relação entre estes dois conceitos surge um tipo de procura turística mais consciente destes valores, o que constitui uma junção importante a desenvolver neste projeto de investigação. Constata-se ainda que neste capítulo sejam analisadas as atividades rurais e de animação que são realizadas no mundo rural.

Pretende-se com o quinto capítulo desenvolver um enquadramento territorial acerca do município de Seia. Objetiva-se ainda analisar o património cultural e natural existente no território, com fundamento de se ficar a conhecer aquilo que existe no concelho a nível patrimonial, para que posteriormente seja criada uma oferta turística relevante para o município de Seia, ligado aos valores endógenos patrimoniais. Paralelamente, são pesquisadas as infraestruturas e equipamentos de apoio ao turismo como o alojamento turístico, empreendimentos turísticos, alojamento local, restauração, empresas de animação turística e agentes de viagem e turismo. Portanto, este quinto capítulo servirá para que de um modo geral, se fique a conhecer o território em estudo.

O projeto de investigação apresenta ainda o sexto capítulo, onde é explicitado o modelo e a metodologia da investigação. Propõe-se uma recolha empírica dos dados preexistentes como em dados secundários, dados documentais e um inquérito por questionário.

O sétimo capítulo é composto por uma análise de dados, pela caracterização da amostra e por uma análise aos inquéritos aplicados aos visitantes de Seia. No oitavo capítulo, propõe-se uma proposta de desenvolvimento do território do município de Seia, com proposta que integre atividades de animação turística ligadas ao mundo rural, em estabelecimentos hoteleiros da região, em empresas de animação do concelho e, em outras entidades que laborem no ramo.

No último capítulo deste projeto é realizada a conclusão do estudo, em que são efetuadas as conclusões e contributos, analisadas as principais dificuldades e limitações no estudo e também são apresentadas algumas das sugestões para investigações futuras.

2. Turismo e sustentabilidade

2.1 Introdução

Este capítulo inicia com um enquadramento da importância do turismo à escala global. Segue-se uma análise ao turismo internacional e em Portugal. Paralelamente, entendendo-se que o turismo se encontra ligado ao conceito de sustentabilidade, definem-se as práticas ligadas à sustentabilidade.

2.2 Importância do turismo

O setor turístico enquanto setor multidimensional, acarreta possibilidades de desenvolvimento para múltiplas áreas, o que se configura como propulsor do lado da oferta e da procura.

Paralelamente, o turismo é um fenómeno que evoluiu durante estes anos, tendo-se tornado numa das principais fontes de rendimento e receitas para diversos países. No entanto, percebe-se que esta indústria é complexa e exige que diversos subsectores a auxiliem no seu incremento, como a animação turística.

O turismo é um setor multifacetado que abrange oportunidades para que se incrementem as dimensões dos espaços, assumindo-se como uma área em crescimento constante, com potencial para se desenvolver, porque cria emprego e rendimentos através de práticas lúdicas, fruto das necessidades dos territórios, dos desejos da procura e das carências de indivíduos que buscam no turismo uma forma de desenvolvimento social e cultural para os territórios, sendo um fenómeno multidimensional.

Assim para OMT (1994) citado por Oliveira (2014, pág.30) “o turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras”.

Torna-se exigente arranjar uma definição universal que caracterize este setor do turismo, pelo que é necessário diferentes disciplinas e estudos que permitam compreender esta

indústria turística, o que face à sua diversidade e multifuncionalidade, lhe atribuem complexidade na sua definição. Paralelamente, a atividade turística culmina num aglomerado número de atividades que têm por objetivo propiciar ao turista a sua recreação pessoal fora do contexto habitacional, o que para Smith (1988) citado por Santos (2010, pág.4) “o turismo é o conjunto de todos os negócios que providenciam bens ou serviços facilitadores de atividades de negócio, prazer ou lazer fora do ambiente domiciliário”. Considera-se que o turismo segundo a WTO (2001) citado por Santos (2010, pág.5):

“compreende as atividades realizadas pelas pessoas no decurso das suas viagens e estadas em locais distintos do seu ambiente habitual, por um período de tempo consecutivo não superior a um ano, para fins de lazer, de negócios e outros não relacionados com o exercício de uma atividade remunerada a partir do local visitado”.

O turismo é um dos principais rendimentos económicos a nível mundial que se vem assumindo como uma área fulcral para diversos territórios, pela sua contribuição para a evolução dimensional dos mesmos. O setor dita-se decisivo para a integração de estratégias de apoio ao desenvolvimento do espaço.

Este setor do turismo desenvolve um tipo de atividade num território, gerando serviços de alojamento que são a base para que a prática turística possa ser realizada, a par da procura, que é outro elemento fundamental do setor que acaba por gerar mobilidade turística ao introduzir serviços de alojamento num determinado lugar. Ambos os lados (procura e oferta) constituem os pilares do turismo, pelo que é necessário haver planeamento e organização para que o cruzamento entre a procura e oferta seja benéfica para o território. Outros serviços como restauração, animação e transportes, são também importantes para que o setor turístico cresça.

Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002) citado por Neves (2012, pág.4) defendem também um conceito mais abrangente de turismo, sendo este a soma dos fenómenos e relações que surgem da interação de turistas, empresas prestadoras de serviços, governos e comunidades recetivas no processo de atrair e alojar estes visitantes.

O turismo está em constante evolução. É um setor que se desenvolve a partir de conceitos como a globalização, a sustentabilidade e a novas tecnologias da informação e comunicação (TIC). Ou seja, com as novas ferramentas da comunicação tornou-se mais acessível aceder aos destinos turísticos, daí o incremento das deslocações dos turistas entre países. O turismo é um setor dependente da mobilidade das pessoas e do impacto

económico que estas deslocações têm, do tipo de planeamento que é feito em territórios. Sem estes elementos o turismo cresceria pouco ou quase nada, com nefastas consequências para a economia global.

Perante isto, entende-se que o turismo é um fenómeno sociocultural e económico, que detém uma procura que busca sobretudo recrear-se, conhecer novos lugares, culturas. Com isso, a oferta tenta aproveitar-se economicamente dos recursos turísticos, da globalização e das novas tecnologias. Embora não seja benéfico para todo o tipo de oferta e produtores do setor, os intermediários do turismo estão a perder cada vez mais consumidores devido às novas tecnologias da informação e comunicação, para crescer cada vez mais e assim contribuir de forma incisiva para o desenvolvimento da economia de um determinado país ou região.

O turismo pode ser considerado como uma indústria que está em constante estudo e em análise da procura turística para realizar os seus produtos para irem ao encontro das satisfações e desejos dos mesmos. Desta maneira, Jafari (1977) citado por Oliveira (2014, pág.20) apresenta uma definição holística de turismo, segundo a qual este consiste “no estudo do homem longe do seu local de residência; da indústria que satisfaz as suas necessidades e dos impactos que ambos geram sobre os ambientes físicos, económicos e socioculturais da área recetora.”

O turismo caracteriza-se pelo envio de pessoas para diversas áreas geográficas em busca da realização pessoal e, pela recetividade de fluxos turísticos. Há necessidade de o setor turístico ser capaz de receber bem os turistas. Para isso são necessários serviços audazes que recebam essa procura e um planeamento que mantenha o lugar sustentável, salvaguardando o espaço, evitando sobrecarregar como a saturação do espaço e promovendo a satisfação do turista. Entende-se que o turismo apresenta uma importância acrescida para o lugar, mas inversamente caso existam planos desmedidos torna-se negativo para o território. Deste modo, a importância que o turismo tem para os lugares onde este é implementado, passa pela criação de infraestruturas de serviços, como equipamentos hoteleiros, restauração, entre outros, que dão suporte na criação de emprego.

O planeamento é fulcral na área do turismo, na perceção de situações negativas que possam acontecer nos territórios, sendo que a sustentabilidade dos mesmos se torna cada vez mais importante, daí que antever consequências do setor turístico para um local é

importante para evitar a degradação dos territórios. Segundo Silva (2016, pág.13) “o planejamento estratégico é essencial no desenvolvimento do turismo. Ele é responsável pelo estabelecimento dos objetivos gerais, pela formulação de ações concretas que indicam a direção que o destino e seus intervenientes devem seguir”. Para o autor Acerenza (2003) citado por Silva (2016, pág.1) considera que “o planejamento como o processo que determina os objetivos gerais do desenvolvimento, as políticas e as estratégias que norteiam os aspectos relacionados aos investimentos, ao uso e ao ordenamento dos recursos utilizáveis para este fim”.

Para os autores Walter Hunziker e Kurt Krapf (1942) citado por Oliveira (2014, pág.19), encaram o turismo como “(...) o conjunto das relações e fenômenos originados pela deslocação e permanência de pessoas fora do seu local habitual de residência, desde que tais deslocações e permanências não sejam utilizadas para o exercício de uma atividade lucrativa principal.”

O setor turístico provém de diferentes áreas com diferentes perspectivas. É um tipo de indústria que une culturas e entrecruza-as. A antropologia e a sociologia são duas áreas científicas que estudam o turismo enquanto fenômeno social e cultural. A este propósito Przeclawski (1993) citado por Neves (2012, pág. 10) “afirma que a Economia, a Sociologia, a Psicologia, ou Geografia têm apenas providenciado um estudo parcial do turismo, mais do que propriamente uma abordagem integrada e holística sobre o mesmo”. Para que se compreenda a importância e dimensão do turismo são necessários estudos, que facilitem o entendimento quanto à importância e diversidade que o turismo tem em múltiplas áreas. É um conceito vasto e necessita de conhecimento aprofundado para que seja reconhecido e planejado devidamente.

A importância do turismo traduz-se em números e é capaz de ser medida por reguladores do turismo que têm a experiência de perceber o impacto que este setor tem para qualquer zona ou região a nível mundial. Com o passar do tempo, as alterações sociais ocorrem e, o turismo tem ganho dimensão e crescido a sua relevância para áreas onde existe precariedade económica e social, sendo também conhecido como um setor revitalizador e fomentador do desenvolvimento de áreas precárias.

A revolução industrial assinalou uma maneira de estar na sociedade, oriunda do tempo livre e da procura pelo divertimento social, o que levou a que o turismo também cresça e tenha ganho consistência.

Este setor é fundamental, para todo o tipo de áreas geográficas, bastando ser planeado equilibradamente, com medidas de apoio que suportem a atividade económica dos lugares e do bem-estar da procura. O turismo tem importância para um determinado território, ao apresentar diversos benefícios para o mesmo, entre os quais as benesses económicas, sociais, culturais e ambientais. As medidas de desenvolvimento permitem acarretar tais benefícios, com planeamento que evite consequências para o espaço. Neste sentido, Ruschmann (1997) citado por Neves (2012, pág.26) “o planeamento turístico é uma atividade que envolve a intenção de estabelecer condições favoráveis para alcançar objetivos propostos e conduzir a mudanças estruturais, com o intuito do crescimento económico”.

Este setor tem-se desenvolvido durante décadas em diversas regiões do mundo, com relevante importância na economia. Assim, o turismo revê-se como um setor determinante para outras dimensões e aspetos do território: paisagens, recursos e para os valores endógenos do mesmo, salvaguardando a autenticidade.

O turismo define-se enquanto setor económico, social, cultural e ambiental, o que pela sua interdisciplinaridade e multidimensionalidade se estabelece como um dos mais importantes setores a nível nacional. A sua versatilidade permite com que este seja aplicado em países desenvolvidos e em vias de desenvolvimento. Verifica-se também que atualmente esta indústria tenha ultrapassado outras indústrias como a alimentar e a automóvel, com base em dados do (TP), percebe -se que o setor do turismo é já a maior atividade económica exportadora do país (Portugal), sendo responsável por quase 50 por cento das exportações de serviços e perto de 17 por cento das exportações totais. A nível internacional o turismo é uma das principais fontes de emprego e rendimento, como em Portugal, onde possui uma percentagem significativa no PIB nacional, (cerca de 15,8% segundo dados do Turismo de Portugal, 2020). Nesse mesmo ano e, ainda segundo dados do Turismo de Portugal, o turismo contribui para o aumento de emprego no turismo, com um peso de 6,9% na economia nacional (336,8 mil empregos em 2020; dados alojamento, restauração e agências de viagem), ritmo de crescimento das receitas turísticas (+8,1%) e dos proveitos globais (+7,3%), mais acelerados que o aumento de dormidas (+4,1%); crescimento mais acelerado do mercado interno (+7,5 % hóspedes nacionais) em relação ao mercado externo (+7,1% hóspedes estrangeiros). Portanto, estes dados representam a importância e a evolução do turismo no último ano em Portugal, em que se observa a relevância para toda a economia que este setor tem expressado ao longo dos anos. Denota-

se ainda que Portugal tem sido distinguido com diversos prémios internacionais, o que enaltece a imagem do país.

2.2.1 Turismo Internacional

Internacionalmente, o turismo constitui um valor acrescentado que revitaliza as regiões e territórios. O turismo tem constituído uma ferramenta de crescimento e desenvolvimento, sendo um importante auxiliar enquanto setor socioeconómico para diversos países, continentes.

Muitos estudos consideram que uma definição universal será quase impossível de alcançar. O turismo internacional tem emergido em países desenvolvidos e em países em vias de desenvolvimento. A sua evolução é notória, o que também se deve às novas tecnologias da informação e comunicação (TIC), que são formas que transmitem a mensagem de maneira facilitada, de forma rápida e eficaz. As ferramentas digitais e *online*, têm apostado nos serviços de alojamento, transporte, o que motiva a procura, criando, mobilidade. Essas deslocações contribuem para o desenvolvimento do turismo. Para além destas estratégias de desenvolvimento verifica-se que são fundamentais os novos produtos de turismo sustentável, com novos produtos turísticos que movimentam ainda mais a procura turística entre territórios, pela natureza, cultura, gastronomia e outros fatores. Estes são alguns dos elementos que conduzem ao desenvolvimento do turismo internacional e que o tornam numa indústria capaz de se equiparar a outras grandes indústrias mundiais como é a automóvel ou a alimentar. Assim, segundo Ramos e Costa (2017, pág., 12) o “Turismo nas últimas décadas, e a tomada de consciência da sua importância para a economia e para o emprego dos países, nomeadamente pela criação de valor acrescentado e receitas públicas, origina a que diversos organismos internacionais como as Nações Unidas, a OMT e a Eurostat se reúnam e trabalhem no sentido de quantificar os efeitos do Turismo, para que os agentes económicos possam tomar as decisões com base em factos macroeconómicos e micro- económicos”. A importância deste setor é-lhe reconhecida, pelo que surgem múltiplas organizações com intuito de criar um turismo acessível e equilibrado, tendo em contas as proporções que este setor tem a nível internacional.

O crescimento exponencial ao longo dos anos do turismo internacional leva a que seja considerada como uma das mais importantes indústrias económicas para múltiplos países. A sua importância estende-se a outras dimensões como a social e a cultural.

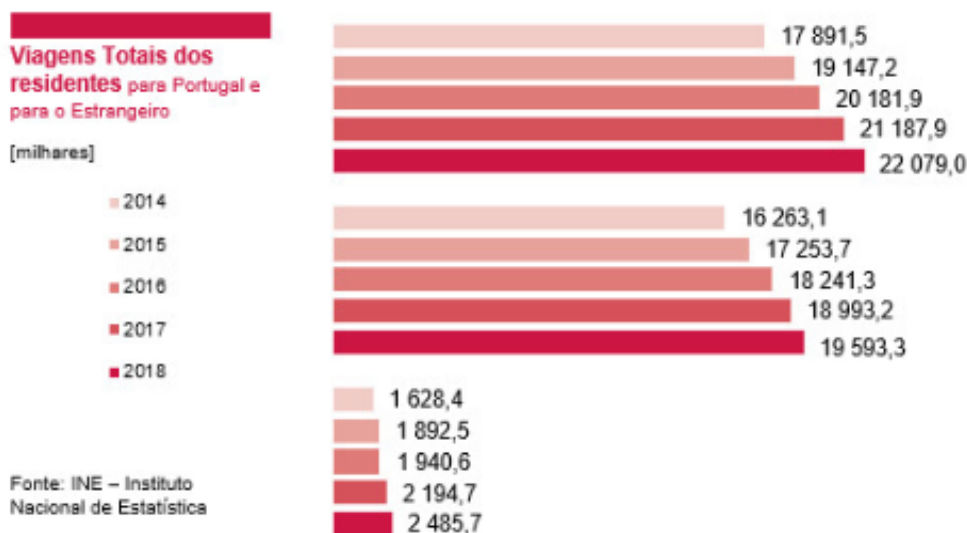


Figura 1. Viagens totais dos residentes para Portugal e para o Estrangeiro

Fonte: Turismo de Portugal (2020)

Na figura 1, verifica-se a relevância que o turismo tem nacional e internacionalmente, denotando-se o seu crescimento ao longo dos anos, no que se refere ao total das viagens dos residentes para Portugal e para o Estrangeiro.

No entanto, internacionalmente, o turismo tem crescido gradualmente, visto que a sua importância é mais significativa que outras indústrias, sendo que a sua abrangência internacional tem ultrapassado diversas áreas como a alimentar ou até mesmo a automóvel, o que traduzido em números expressa grande quantidade de recursos económicos. A indústria do turismo diferencia-se de outras indústrias por não ter um sistema de produção formal como acontece noutras indústrias, o que leva à sua distinção no mercado por ser diferenciada. Assim, os seus produtos são diferenciados, sendo que se podem definir enquanto produtos tangíveis e produtos intangíveis.

O turismo nacional apresenta uma importância relevante para os territórios, como o turismo internacional, mas numa escala menor, por conter territórios, recursos espaciais

e humanos em menor proporção, o que aligeira o impacto comparativamente, com o internacional.

Deste modo, expõe-se um conjunto de dados acerca do turismo internacional, exemplificando-se os países que recebem mais e menos turistas durante o período de (1990 a 2019).

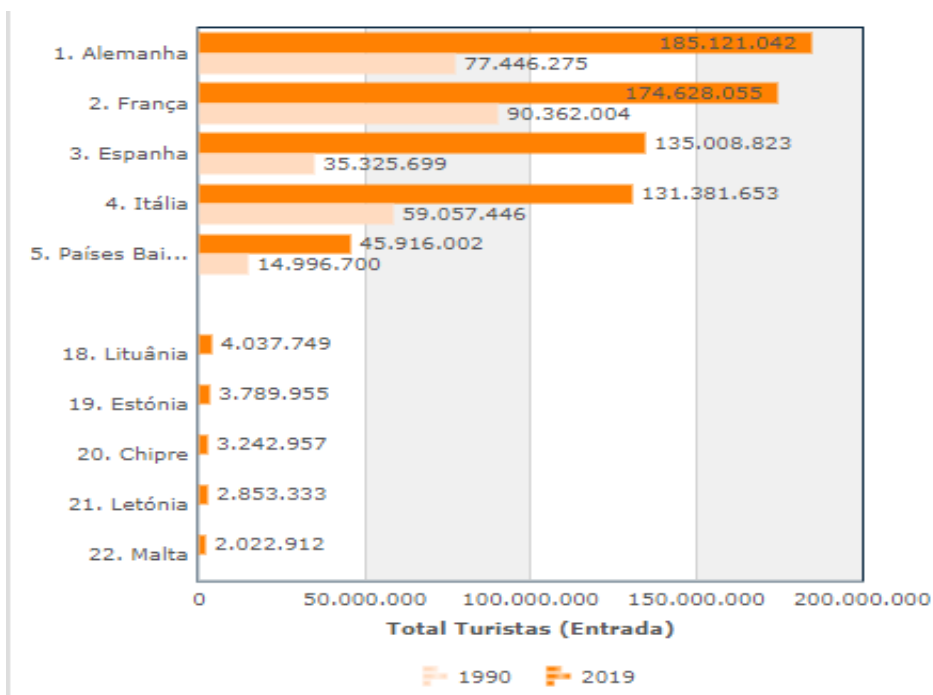


Figura 2. Países que recebem mais e menos turistas que vivem no país ou no estrangeiro

Fonte: Pordata (2020)

Deste modo, observa-se que existe uma evolução significativa ao longo dos anos no que se refere à chegada de turistas em países internacionais, em que é visível que a Alemanha, Espanha e França, são os países que lideram esta lista de países que recebem a procura turística internacional.

Região	2014	2015	2016	2017	2018	2019 Po
Mundo	1 138,5	1 195,0	1 240,9	1 333,0	1 408,0	1 462,0
Europa	576,2	604,5	619,7	676,6	715,9	744,3
Ásia e Pacífico	269,5	284,6	306,6	324,1	347,7	360,6
Américas	181,9	194,1	201,3	210,9	215,9	220,2
África	55,0	53,5	57,8	63,3	68,8	73,2
Médio Oriente	55,9	58,3	55,5	57,7	60,1	64,2

Figura 3. Chegadas de turistas por regiões de destinos 2014-2019

Fonte: INE (2020)

A figura 3, mostra a distribuição da procura turística por regiões de destinos com um período que se estende desde 2014 até 2019, em que se verifica que existe um crescimento ao longo deste tempo de chegadas de turistas a nível mundial por regiões. A Europa continua com o maior número de chegadas de turistas, seguindo-se a Ásia e Pacífico, Américas, África e Médio Oriente.

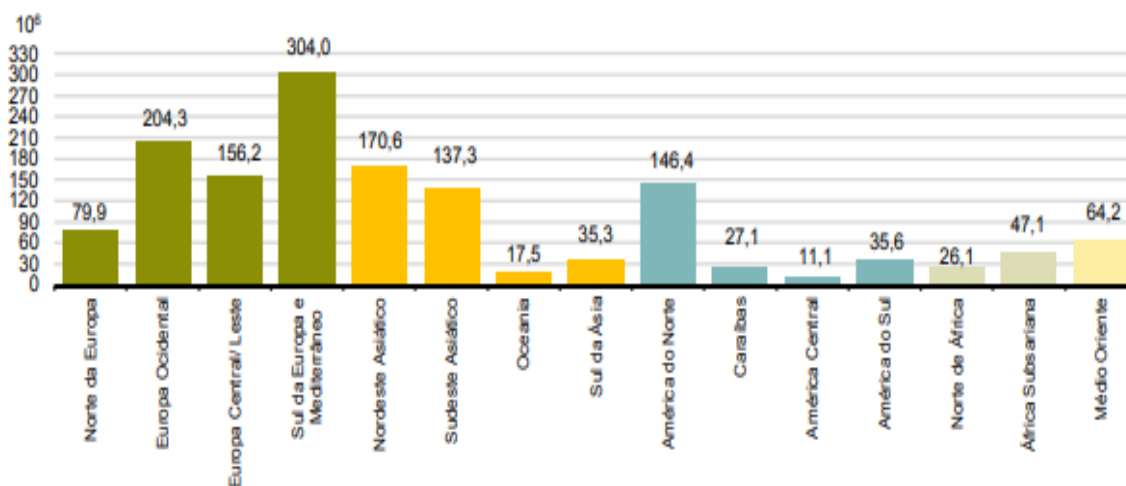


Figura 4 - Principais destinos dos turistas internacionais por sub-região de destino, 2019

Fonte: INE (2020)

Denota-se que os principais destinos dos turistas internacionais, por sub-região, em 2019, advêm do Sul da Europa e Mediterrâneo, Europa Ocidental e Europa Central/ Leste, seguido da América do Norte. Estes foram os principais destinos turísticos por sub-região escolhidos por turistas internacionais. Observa-se ainda que existe uma elevada mobilidade de fluxos turísticos entre regiões e sub-regiões, o que espelha a importância que o setor tem a nível internacional para diversas áreas. Havendo maior número de procura turística em regiões, certamente que se incrementa positivamente as suas dimensões económica, sociais e culturais

2.2.2 Turismo em Portugal

O setor turístico em Portugal tem crescido ao longo dos anos, tal como a nível internacional. Ele é uma das indústrias atuais mais importantes para o desenvolvimento económico do país, permitindo com que haja mobilidade turística, o que se afigura como

positivo para os rendimentos e receitas de cada território, apresentando-se como determinante para a componente social, cultural e ambiental.

O turismo é uma atividade importante para a criação de riqueza, ao alavancar zonas rurais e ao ser um contínuo impulsionador do crescimento turístico das áreas urbanas. De facto, este fenómeno multidimensional apresenta-se como um pilar fulcral nas várias dimensões (cultural, social, económica e cultural) do território.

Este setor do turismo apresenta uma importância significativa com Daniel (2010, p.2), a referir que o “turismo é uma das atividades económicas mais importantes em Portugal representando atualmente 10% do emprego, para além do seu papel preponderante no investimento e desenvolvimento de outras atividades.” Na década de 60 este país estabeleceu o turismo praticamente num único produto como refere a autora Daniel (2010, p.5) “Portugal centrou essencialmente a atividade turística num único produto desde a década de 60: o produto tradicional “Sol e Mar”, mais conhecido pelo turismo dos 3 “S” – Sun, Sea and Sand”. Isto veio trazer alguns impactos que mais tarde seriam colmatados com o surgimento de outras atividades que viriam a dispersar o mercado da oferta e da procura, trazendo então benefícios para que os territórios se pudessem desenvolver. Já João Vieira (2016, pág. 29), também refere que “O turismo é o caso de maior sucesso económico em Portugal no último meio século.” Constituindo-se “já hoje uma importante parcela do produto nacional e contribui significativamente para o equilíbrio da balança de pagamentos, para a criação de emprego, para a implementação de novas infraestruturas coletivas e para o desenvolvimento regional.”

Portugal é um país recetor, com serviços de qualidade e de excelência. Em consonância, no quadro apresentado observa-se que os principais mercados emissores para Portugal são Espanha e Reino Unido, seguido de França, isto nos anos de 2018 e 2019.

País de residência	2018	2019	Tx Var (%)	Quotas		Acréscimo em 2019	
				2018	2019	valor	peso (%)
TOTAL	22 816,8	24 627,5	7,9%	100,0%	100,0%	1 810,6	100,0%
Espanha	5 799,1	6 271,9	8,2%	25,4%	25,5%	472,9	26,1%
Reino Unido	3 527,4	3 797,2	7,6%	15,5%	15,4%	269,7	14,9%
França	3 042,4	3 107,3	2,1%	13,3%	12,6%	64,8	3,6%
Alemanha	1 953,3	1 952,7	0,0%	8,6%	7,9%	- 0,6	0,0%
Suíça	865,1	880,0	1,7%	3,8%	3,6%	14,9	0,8%
Países Baixos	802,0	808,5	0,8%	3,5%	3,3%	6,5	0,4%
Itália	685,9	776,2	13,2%	3,0%	3,2%	90,3	5,0%
Irlanda	529,2	669,8	26,6%	2,3%	2,7%	140,6	7,8%
Países Nórdicos	623,7	664,2	6,5%	2,7%	2,7%	40,5	2,2%
Bélgica	567,8	560,4	-1,3%	2,5%	2,3%	- 7,4	-0,4%
Outros da Europa	787,7	861,7	9,4%	3,5%	3,5%	74,0	4,1%
Brasil	1 182,6	1 346,4	13,9%	5,2%	5,5%	163,8	9,0%
Estados Unidos da América	764,0	941,6	23,2%	3,3%	3,8%	177,6	9,8%
Outros do Mundo	1 686,6	1 989,6	18,0%	7,4%	8,1%	303,0	16,7%

Figura 5. Chegadas de turistas a Portugal, 2018-2019

Fonte: INE (2020)

Deste modo, a figura 6, explica a balança de viagens turísticas que é a diferença entre as importações e as exportações de um país a nível turístico, durante um determinado período de tempo. Denota-se uma evolução significativa, passando de um saldo de 1.923,31 em 1996 para um saldo de 13.130,87 milhões em 2019.

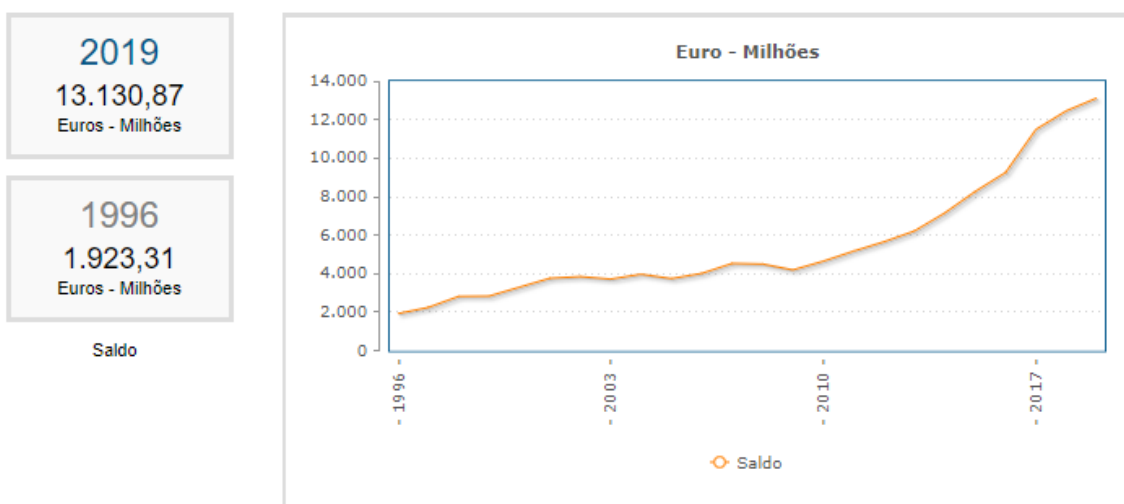


Figura 6 - Balança de viagens e turismo em Portugal

Fonte: Pordata (2020)

Quanto à balança turística portuguesa denota-se que desde 2014 até 2019, o turismo em Portugal vem a crescer, a par das receitas turísticas a comum, o saldo a tornar-se cada vez mais positivo durante estes anos.

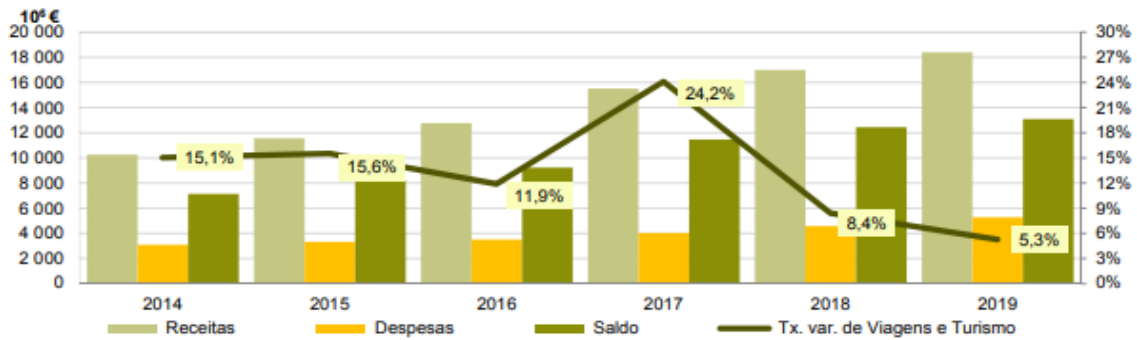


Figura 7 - Balança turística portuguesa, rubrica Viagens e Turismo, 2014 - 2019

Fonte: INE (2020)

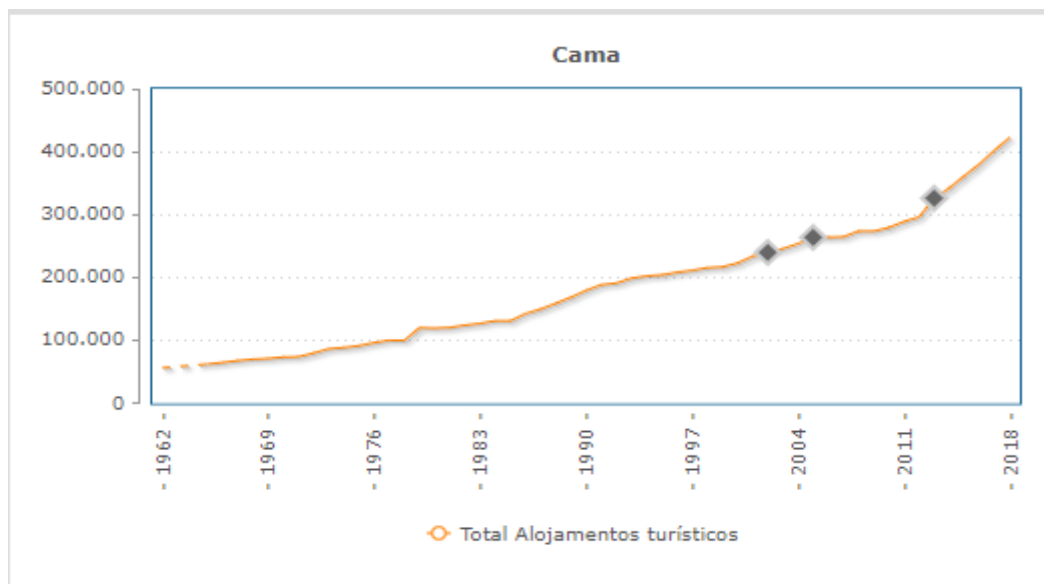


Figura 8 - Capacidade dos alojamentos turísticos: Total e por tipo de estabelecimento

Fonte: Pordata (2020)

Observa-se na figura 8, que a capacidade dos alojamentos turísticos tem crescido, progressivamente desde 1962 até 2018. Com a oferta a incrementar a procura turística tem também ocorrido um crescimento nos serviços de alojamento turístico como resposta para as necessidades da procura

Seguidamente apresenta-se a evolução do número de dormidas em estabelecimentos hoteleiros.

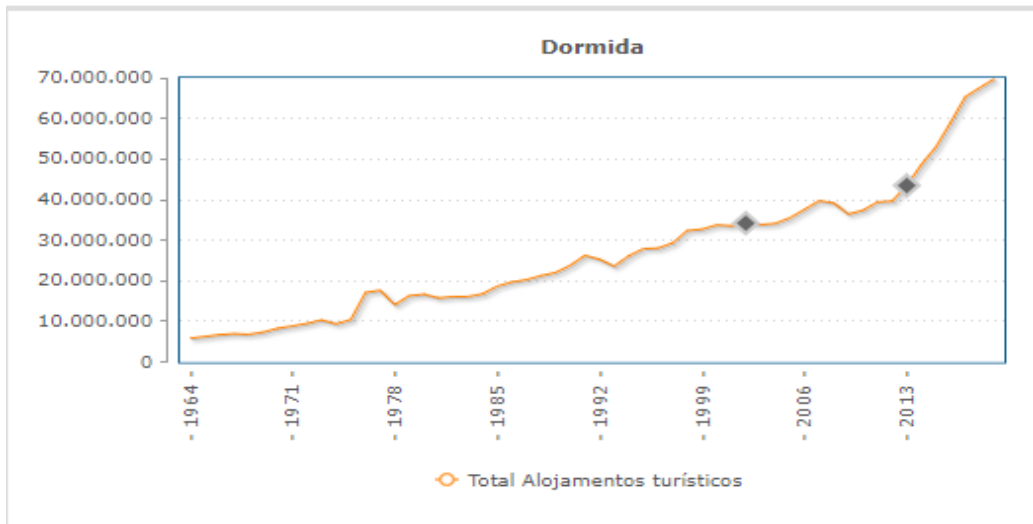


Figura 9 - Dormidas nos alojamentos turísticos: total e por tipo de estabelecimento

Fonte: Pordata (2020)

A nível de dormidas em estabelecimentos portugueses denota-se que existe um crescimento ao longo dos anos como se repara no gráfico da figura 9. Apesar de algumas variações do número de dormidas, por motivos diversos, a sua evolução é de crescimento. Quanto, ao tipo de alojamento, verifica-se também uma evolução dos alojamentos rurais no gráfico 10. Durante um determinado período, o turismo rural e os estabelecimentos de alojamento rurais cresceram, o que evidenciou a forma como o turismo e mundo rural se estão a interligar.

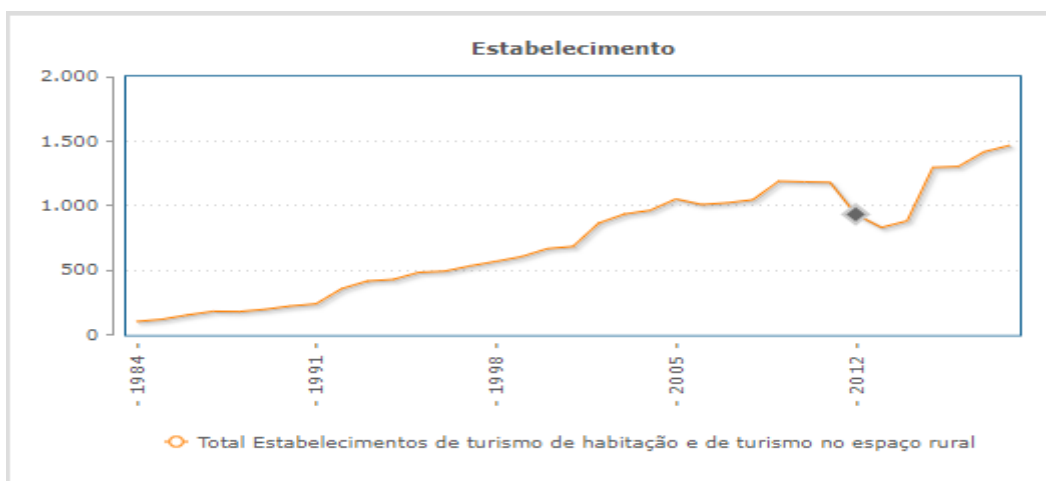


Figura 10- Estabelecimentos de turismo de habitação e de turismo no espaço rural: total

Fonte: Pordata (2020)

O turismo nacional está a crescer em diversas vertentes, denotando-se que esse crescimento é também atribuído entre outros produtos turísticos, no turismo em espaço rural, que ocupa cada vez mais um papel de destaque no turismo de Portugal.

O gráfico da figura 10, apresentado demonstra que ao longo dos anos, existe uma evolução relativamente ao aparecimento de estabelecimentos de turismo de habitação e de turismo no espaço rural, o que é percebido que cada vez mais se encontra em crescimento a oferta de serviços em espaço rural, porque a procura por esta tipologia de alojamentos também é maior. Ou seja, segundo Calheiros (2017), presidente da TURIHAB, em entrevista considera que "o turismo de habitação e rural vai ser um produto de exceção e de excelência, digamos assim. Há já o interesse, já há quem esteja a fazer estas marcações e provavelmente vão ser os alojamentos mais procurados" Deste jeito, para o mesmo, as razões são "óbvias": as casas no meio rural estão mais isoladas, o que pode também atrair quem mora na cidade; não é turismo de massas; a capacidade para receber turistas é relativamente mais reduzida e os espaços são de maiores dimensões, tornando-os apropriados para férias em família.

Neste sentido, existem diversos fatores que podem condicionar o desenvolvimento do setor turístico. A pandemia atual, a que assistimos no mundo poderá contribuir para o crescimento do turismo em espaços rurais, pela menor concentração de turistas no território. Isto constituirá parte de uma solução para que o setor do turismo economicamente se mantenha firme e, para que a procura turística se sinta segura ao viajar.

A COVID-19, terá impactos para o turismo. Isto é, apesar de se prever uma descapitalização, entende-se que o turismo estará preparado para receber uma procura turística com motivações diferenciadas, ou seja, é muito provável que a procura se desloque para áreas onde exista menor quantidade de fluxos turísticos, de pessoas, pelo que o turismo rural e de habitação pode ser uma solução para esta pandemia. O turismo sustentável é a solução para o que se vive no momento, isto porque para Pereira (2017, p.4) considera que "o conceito de sustentabilidade aplicado à atividade turística consiste numa gestão eficaz dos recursos turísticos e integra o desenvolvimento económico, o respeito pelos valores ambientais e culturais próprios de cada território". Portanto, o mundo rural que inclui produtos como o turismo rural e o turismo sustentável parece ser a solução para colmatar as necessidades da procura turística atual.

Neste sentido, a importância do turismo a nível nacional é relevante pelo emprego, PIB. Segundo dados do Turismo de Portugal (TP), o turismo é uma indústria fulcral na economia do país, contribuindo para o PIB, que em 2019 atingiu 15,4% segundo dados da Conta Satélite do Turismo. A nível de emprego o turismo representa nesse mesmo ano 9,4% do emprego total da economia nacional.

2.3 Práticas sustentáveis no turismo

O Turismo Sustentável é aquele que se desenvolve de modo a que haja oportunidade de proteger e engrandecer as regiões para o futuro, de acordo com as necessidades dos turistas e das próprias regiões. WTO (1993) citado por Albuquerque (2004, pág. 12)

Paralelamente, segundo Albuquerque (2004, pag.12):

“o turismo sustentável tem como objetivo alcançar uma combinação particular entre números e tipos de turistas, efeitos cumulativos das atividades de um local, conjuntamente com as ações dos serviços de negócios, de modo a continuar, num futuro previsível, a não comprometer a qualidade do ambiente em que essas atividades estão baseadas”.

O turismo é um setor que se apropria dos territórios rurais com intuito de desenvolver a sua atividade no espaço, tendo por missão o desenvolvimento dos recursos endógenos que se verificam no local. Tem a função de alavancar a economia local e promover a revitalização social e cultural do território. A preservação do espaço atualmente é um dos fatores mais importantes para um desenvolvimento turístico, tendo em conta as adversidades que o mundo atravessa, ligadas à poluição e à degradação dos solos, do clima entre outros fatores. Sabe-se que esta indústria está a mudar para um crescimento assente na conservação do espaço e no desenvolvimento sustentável.

O turista viaja para um destino turístico com intenção de se satisfazer, por meio de uma oferta de bens e serviços que é criada em função de atender às suas necessidades. O turista contemporâneo, desloca-se para áreas “verdes”, ecológicas, com o propósito de conhecer e de contactar com diversas culturas, de ter experiências personalizadas com os recursos endógenos locais. Portanto, o Decreto-Lei 17 de Agosto nº 191/2009, define turista como

“a sua deslocação não tenha como motivação o exercício de atividade profissional remunerada no local visitado” e de “pessoa que passa pelo menos uma noite num local que não seja o da residência habitual”. Apesar das alternativas de produtos sustentáveis, é conhecido que grande parte da procura ainda se insere em áreas massificadas, durante períodos de lazer, o que gera ainda uma grande saturação dos espaços.

O turismo sustentável e as suas práticas designam-se como alternativas aos tradicionais produtos turísticos massificados, o que se estabelece como oportunidades para que a procura possa obter novas experiências turísticas que permitam enriquecê-la cultural e socialmente. Existindo maior quantidade de oferta, os fluxos turísticos tendem a segmentarem-se pelos diferentes produtos turísticos que cada vez mais se estabelecem por estarem especializados e personalizados à medida do turista.

Os fluxos turísticos são grandes concentrações de turistas, que hoje se dividem e se segmentam, em busca das potencialidades locais. Neste sentido, surgem turistas consciencializados pelas novas necessidades dos territórios, com fundamento de preservar e conservar o espaço, enquanto usufruem dele. Isso é possível através de atividades de sensibilização e educação ambiental, no qual permita ao turista ter o conhecimento para a importância que é proteger o território, ao mesmo tempo de que se encontra a utilizá-lo.

A procura turística que o presente projeto pretende analisar centra-se nos visitantes que se deslocam para o território de Seia, com intuito de usufruir das características rurais. Um turista é alguém que viaja, que pratica atividades lúdicas e, portanto, detém prioridades de desenvolvimento cultural e social. Embora a COVID-19 tenha alterado os comportamentos da procura turística, entende-se que o mundo rural possa ser uma alternativa *à priori* para os turistas que viagem para zonas com características de relaxamento. Na transformação social que ocorre a cada ano, o turismo tem de estar atento a essas mudanças, para que a procura não se desloque para outros lugares. Portanto, a motivação endógena de cada pessoa, de cada turista é primordial para que se possa corresponder a essa satisfação, conhecendo-a através da investigação podemos planejar e gerir o turismo da melhor maneira, numa perspetiva futura.

O planeamento e os planos de recuperação para situações específicas, como a COVID-19, são fundamentais para crises futuras. O mundo rural é composto pela quantidade e

qualidade de produtos que o caracterizam, pode assumir-se como uma solução para que a procura turística tenha ofertas alternativas para tempos de crises.

No município de Seia a procura turística é composta de cultura e tem motivações nas especificidades dos seus territórios. O abandono e conseqüente degradação torna-se negativa para a procura turística.

Neste território está a apostar nos produtos sustentáveis como o ecoturismo, o turismo rural, cultural, de natureza e desportivo, o que pode influenciar a procura turística.

Denota-se que a animação turística é baixa, sendo praticada em turismo em espaço.

Contudo, animar é estrategicamente uma forma de fidelizar e atrair turistas que se deslocam e são surpreendidos pela forma como são tratados, o que acaba por ter impacto na fidelização dos turistas locais.

O turista é alguém que se desloca em função de conhecer um território. Em consonância e se der de encontro com atividades que se insiram nas suas necessidades acaba por se criar harmonia entre múltiplas partes. O turismo é um setor que se desenvolve por via da globalização, sendo que para a procura turística é um fator de crescimento e desenvolvimento turístico. Tendo em conta as finalidades da animação, a globalização é um fator de crescimento dos valores territoriais endógenos, motivado por diferentes tipos de oferta turística, no qual se inclui a animação turística. A procura é motivada por valores endógenos, aprazíveis e que se difundem no tempo e espaço. Assistimos a uma mudança de paradigma com o turista a privilegiar o ecoturismo e o usufruto dos espaços rurais com maior influência no contacto entre os recursos endógenos e os próprios habitantes das zonas rurais.

Nas práticas sustentáveis do turismo a animação em áreas rurais ajuda a complementar a oferta turística e a desmistificar a oferta. As práticas de turismo são fundamentais para o desenvolvimento do setor, tornando-o mais equilibrado e consonante os espaços, enriquecê-los e torna-los mais sustentáveis.

O turismo de saúde e bem-estar, turismo de natureza e o turismo rural podem estar incluídos nesta estratégia de desenvolvimento económico ou social de territórios como o do concelho de Seia.

Os produtos de turismo são determinantes para que o turismo cresça mais equilibradamente, juntando possibilidades de desenvolvimento do território.

O turismo sustentável designa-se como um setor mais equilibrado e com maior perspectiva de crescimento económico e social, em que se objetiva perceber a importância do conceito de sustentabilidade. As boas práticas do turismo são designadas por práticas assentes em pressupostos territoriais como a sustentabilidade e outros valores que são caracterizados por serem fundamentais para o crescimento económico e social do espaço, determinando que a sustentabilidade seja um fator fulcral no turismo. Este aplica-se quer a destinos rurais, quer a destinos urbanos, sendo mais comum em áreas geográficas rurais, onde existe volume de recursos turísticos de natureza e cultura maior comparativamente com o urbano, embora este contenha também uma área onde existe grande precariedade económica e social.

O turismo é um fenómeno à escala mundial que cresce cada vez mais em lugares rurais, o que para o seu desenvolvimento deve ser planeado e programado com atividades que estabeleçam a conservação e a salvaguarda do património, dos recursos. Inskip (1991) citado por Marujo e Carvalho, 2010, pág.149) o desenvolvimento sustentável do turismo pode ser percebido como “uma forma de conhecer e satisfazer as necessidades presentes dos turistas e das regiões receptoras, protegendo e garantindo as oportunidades futuras [...]”. Sachs (1993) citado por Marujo e Carvalho (2010, pág.150) afirma que o desenvolvimento sustentável deve ser implementado por uma metodologia de planeamento de forma a ser um espaço de aprendizagem social e que possa refletir uma síntese pedagógica. Segundo o autor, o turismo sustentável está fundamentado nos seguintes princípios de sustentabilidade:

- a) Sustentabilidade social: fundamentada no estabelecimento de um processo de desenvolvimento que conduza a um padrão estável de crescimento, com uma redução das atuais diferenças sociais;
- b) Sustentabilidade cultural: consolidada na necessidade de procurar soluções de âmbito local através das potencialidades das culturas específicas, levando em consideração a identidade cultural e o modo de vida local, bem como a participação da população nos processos de decisão e na formulação de planos de desenvolvimento turístico;
- c) Sustentabilidade ecológica: apoiada na teoria de que o desenvolvimento turístico deve limitar o consumo dos recursos naturais, e provocar poucos danos aos sistemas de sustentação da vida;

- d) Sustentabilidade económica: possibilitar o crescimento económico para as gerações atuais, bem como o manuseamento responsável dos recursos naturais que deverão ter o papel de satisfazer as necessidades das gerações futuras;
- e) Sustentabilidade espacial: baseada na distribuição geográfica mais equilibrada dos assentamentos turísticos de forma a evitar exceder a capacidade de carga;
- f) Sustentabilidade política: alicerçada na negociação da diversidade de interesses envolvidos em questões fundamentais que vão do âmbito local ao global.

Para estes autores, o conceito de sustentabilidade é compreendido como a forma de promover o bem-estar das várias componentes do espaço. O turismo necessita de planeamento para se desenvolver equilibradamente, com medidas e políticas que permitam ao setor ganhar coesão e se afirmar perante outros mercados. Claramente, que a sustentabilidade é uma necessidade dos lugares onde é implementado o turismo, em que os anfitriões retores da procura tornam-se fundamentais para manter a identidade cultural dos lugares. Para o autor Godfrey, (1996) citado por Marujo e Carvalho (2010, pág. 149). “procura modificar as empresas do turismo e as questões do desenvolvimento do turismo de massa através de uma abordagem compreensiva, sistemática e orientada para a comunidade [...]”.

Foram enunciados alguns dos princípios do turismo sustentável, que se dividem em múltiplas vertentes. Estes são fundamentais na composição dos produtos turísticos sustentáveis. Paralelamente, selecionam-se outras práticas sustentáveis no turismo como o ecoturismo enquanto subproduto turístico específico ligado à natureza e à vertente cultural do espaço, que tem especial impacto atualmente no mercado da oferta. Esta prática é aplicada por empresas de animação, de turismo e por alojamentos turísticos situados em áreas onde se pode praticar este conceito. Outra prática sustentável que se pode praticar é o agroturismo que consiste num contato mais direto e genuíno com a natureza, a agricultura e as tradições locais, onde é programada esta atividade com longo prazo, sem trazer repercussões para os lugares em si.

2.4 Síntese

O presente capítulo explica a importância do turismo no contexto atual. Esta indústria é relevante no plano económico, social, ambiental e cultural, pelo que deve ser planeada de maneira equitativa, evitando assim consequências negativas para os espaços onde esta é implementada. Neste sentido, observa-se que esta indústria tem tido um papel preponderante no desenvolvimento e no mobilizar dos fluxos turísticos e de distribuindo-os por diversas áreas. Este setor é um propulsor económico e social. O turismo internacional tem evoluído ao longo dos anos pelo que é necessário implementar planos de desenvolvimento equilibrados e que tenham em consideração os vários aspetos de sustentabilidade, sendo que este é um elemento preponderante do turismo. O elevado crescimento do setor turístico a nível internacional, deve-se ao facto de haver maior número de meios que permitam aos fluxos turísticos deslocarem-se para diferentes áreas, como é o caso das novas tecnologias da informação e comunicação. O turismo em Portugal, tem evoluído com consequências negativas para os territórios, pela elevada entrada de fluxos turísticos no país que saturou e superou a capacidade de carga desses lugares. Isso exigiu novas estratégias de planeamento dirigidas para a preservação e conservação dos lugares. A implementação das boas práticas do turismo sustentáveis revela-se como uma estratégia eficaz para o desenvolvimento dos territórios. A sustentabilidade define-se como estratégia de desenvolvimento territorial de conservação e proteção das áreas de maior precariedade, associados aos produtos do TER, agroturismo, entre outros.

3. A animação turística

3.1 Introdução

Neste capítulo é conceptualizada a animação através de definições e designações que permitam caracterizar o conceito. No presente capítulo pretende-se analisar as finalidades e tipologias da animação e, perceber a relação entre as motivações e o perfil da procura turística. É também realizado um benchmarking a algumas das empresas de Portugal que trabalham no ramo, com o objetivo de analisar as suas atividades que desempenham para que posteriormente esta análise sirva como proposta de desenvolvimento de atividades de animação turística impostas no concelho de Seia.

3.2 Conceitos associados à animação turística

A animação é um conceito vasto, sendo que Almeida (2003, p.62), refere que “a palavra animação deriva do latim anima, que significa, dar alma, animar a alma.” Já para Ambles (1974) citado por Almeida, (2003, pág.62) a “animação é a vida, é a ação que permite dar à vida mais vida, para facilitar o desenrolar da vida, para facilitar os desafios crescentes da vida.” Com a sociedade a viver momentos de grande conturbação social, a “animação, vem dar sentido a uma vida cheia de compromissos sociais e profissionais, para um maior conhecimento das culturas locais, fugindo à rotina das obrigações.” Simpson (1984) citado por Almeida (2003 pág. 62).

Portanto, a animação é um abrigo para os indivíduos que pretendam fugir das obrigações sociais, sendo uma forma de se recrearem em períodos de lazer. A animação define-se ainda como uma maneira de melhorar o estado de espírito da pessoa, através das suas qualidades e finalidades. Quintas e Castaño (1998), definem como características primordiais da animação, um conjunto de factores decisivos para o desenvolvimento de todos quantos participam neste processo:

- 1- Melhora a qualidade de vida, pois permite o inter-relacionamento com outros povos e outras culturas;
- 2 - É intergeracional, pois existe para todas as idades; -
- 3 - É direccionada, procurando nunca pôr em causa as limitações que possam existir;

- 4 - É independente, pois cada um retira dela a sua própria satisfação;
- 5 - É única, pois permite, por vezes, uma realização pessoal;
- 6 - É voluntária, deve procurar sempre ser encarada como uma fuga à obrigação;
- 7 - É saudável, pois permite que as pessoas se esqueçam das obrigações sociais e profissionais;

Tendo em conta todas estas características da animação, referenciadas, entende-se que este conceito permite que as pessoas recuperem momentos da sua vida, sendo esta também adaptativa a diversos tipos de indivíduos com diferentes características. Deste modo, “Animar é dar vida à vida ou fazer reviver alguma parte perdida.” Moulinier (1974) citado por Almeida (2003 p.61).

Paralelamente, a animação é ainda um fator determinante na melhoria de vida. É “esse estímulo proporcionado à vida mental e emocional dos habitantes de um determinado setor, para incentivá-los a realizar várias atividades que contribuem para a sua expansão, permitindo-lhes expressarem-se melhor e dar-lhes um sentido de pertença a cuja a evolução se faz participando.” Simpson (1976) citado por Almeida e Araújo (2012, p.33)

Segundo Therry (1970) citado por Almeida e Araújo (2012, p.32) a animação implica 3 processos conjuntos:

- 1- Um processo de revelação – A criar condições para que todo o grupo e todo o indivíduo se revele a si mesmo;
- 2- Um processo de relacionamento – De grupos entre si ou destes com determinadas obras, criadoras ou centros de decisão, seja através do diálogo e da concertação, seja através do conflito;
- 3- Um processo de criatividade – Pelo questionamento dos indivíduos e dos grupos relativamente ao seu envolvimento, à sua capacidade de expressão, de iniciativa e de responsabilidade.

Portanto, também para os mesmos autores Almeida e Araújo (2012, p.32), “a animação designa-se por toda a ação realizada dentro ou sobre um grupo, coletividade ou meio - tendo em vista o desenvolvimento da comunicação e da estruturação da vida social recorrendo a métodos não diretivos. Trata-se de um método de integração e de participação do indivíduo no grupo.” Em consonância entende-se que a animação seja

todas as atividades desenvolvidas por um individuo e/ou uma organização que tenha como objetivo recrear outrem, em tempos livres.

Segundo Lopes (2008) citado por Encarnação (2015, pág. 7) a animação turística é percebida 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”. Para Almeida (2003), a animação turística deve ser considerada também como uma forma de intervenção na sociedade, sendo que este conceito é muitas vezes dirigido apenas ao turismo.

Neste sentido, os autores Chaves e Mesalles (2001) citado por Almeida e Araújo (2012 p.48), refere que “a animação turística é o conjunto de atividades culturais, lúdicas, de formação, desportivas, de difusão, convívio, de recreio.., que 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.”

Puertas (2004) citado por Encarnação (2015, pág.7) acrescenta que animação turística é também vista como “um conjunto de ações realizadas por um ou vários indivíduos sobre um grupo de pessoas com dois objetivos: primeiro, desenvolver a comunicação, fomentar a vida social e a cultura no seio de um estabelecimento turístico, criando um ambiente idóneo e duradouro; segundo, dinamizar e promover a economia de uma empresa”.

Portanto, para Almeida (2003) a animação turística serve de base equilibrada para que uma determinada região desenvolva a sua cultura, mantenha a sua identidade, e serve ainda para que as entidades públicas e privadas cresçam e, permite desenvolvimento social das comunidades que visitam e que são visitadas.

Segundo a OMT (1985) a animação em contexto turístico caracteriza-se por um conjunto de princípios, de relações e de atividades que se relacionam com os interesses manifestados pelos turistas, em resposta a necessidades de iniciativa, formação, ação e que proporcionam descanso, diversão e desenvolvimento do tempo livre. Deste jeito, para Almeida e Araújo (2012, p. 32) “a função da animação turística torna-se mais complexa a partir do momento em que há uma instrumentalização assumida para o desenvolvimento cultural, social e económico das comunidades locais envolvidas, tornando-a numa espécie de ferramenta que pode contribuir para a autoestima coletiva das populações, proporcionado, desta forma, uma experiência turística complexa, profunda e integrada.” Entende-se portanto, que a animação turística é uma mais valia para o desenvolvimento

sociocultural de um destino turístico. Torres (2004) citado por Encarnação (2015, pag.8), reforça afirmando que “a animação no turismo pode ser definida como sendo um conjunto de actividades que objectivam humanizar as viagens, oferecendo ao turista a possibilidade de participação activa, de tornar-se protagonista de suas férias”.

Neste sentido Maíllo, (1979) citado por Almeida (2003 p.18) define a animação como sendo “uma serie de actividades programadas, que permitem aos indivíduos uma interacção de potencialidades, onde se procura um estreitamento de relações que permitam o desenvolvimento pessoal”. De facto, a animação é um conceito vasto e que se aplica de diversas formas, em múltiplos contextos, tanto em empresa como em indivíduos. A sua multifuncionalidade é notada a vários níveis.

Quanto ao conceito de animação turística encontramos diversas características que a definem. Para Chave e Mesalles (2001) e Almeida (2003) cit. em Almeida e Araújo, (2012) a animação tem de ser:

1 - Atrativa – Deve procurar forma a chamar a atenção e despertar a curiosidade causando impacto;

2 - Adequada – Deve estar direccionada, com objetivos definidos e estratégias adequadas, o apoio técnico deve estar sempre acima das expetativas;

3 - Oportuna – Deve acontecer em momentos oportunos, estudados e programados (tempo, lugar, número, estímulos, etc.) de forma a gerarem uma satisfação ideal;

4 - Diversificada – Deve atingir uma multiplicidade de estímulos, evitando a monotomia ou a repetição, deve ser eficaz e dinâmica;

5 - Controlada – Deve cingir-se ao espaço e ao meio conhecido e controlado por quem a promove;

6 - Segura – Deve proporcionar satisfação e nunca a preocupação;

7 - Rentável – Deve, pelo menos não ser um custo

3.3 Finalidades e tipologias da animação turística

A animação turística é elaborada e programada para atender aos desejos dos indivíduos e de quem a procura. Deve ser uma forma do indivíduo se exteriorizar, de conseguir satisfazer as suas necessidades. A oferta tem de passar por um tipo atividades que permita com que os objetivos dos indivíduos sejam satisfeitos. Seja através da comunicação, da interação, ou através de outras formas que a animação turística proporcione. Para Quintas y Castaño (1998) citado por Almeida (2003, pág. 64), a animação passa por diversas finalidades:

1-Finalidade Educativa - Quem elabora os programas de animação, deve procurar sempre dar um carácter educativo aos mesmos, por forma a garantir, a quem pretende participar, um determinado conjunto de vantagens e saberes, só possíveis de alcançar através da participação (ou do consumo dos mesmos).

2-Finalidade Cultural - A animação também tem por finalidade o dar a conhecer, o despertar para certas realidades desconhecidas, informar e contar as histórias dos locais de destino. São programas de muito interesse, tanto para quem visita com quem é visitado. Provoca nos participantes um saber acrescentado, daí a qualidade dos programas e o cuidado na seleção dos orientadores. Ter em conta normalmente o grau avançado de formação dos participantes.

3-Finalidade Social - Pretende-se ajustar a todas as classes sociais, libertando as pessoas das suas obrigações, permitindo um recuperar de forças extra motivacionais que facilitem futuras responsabilidades. Também por outro lado, tem a finalidade de dar a conhecer culturas e tradições de comunidades de pequenas dimensões e até em fase de extinção, ajudando assim na sua preservação e até recuperação.

4-Finalidade Económica - Desenvolve o mercado de trabalho, gera receitas, normalmente sem grandes investimentos e utilizando muitas vezes os recursos naturais. São uma mais valia promocional e um fator determinante de influência e decisão.

3.3.1 Tipologias da animação turística

Existem diversas tipologias de animação, sendo que também existem diversos tipos de territórios, motivações de turistas, desejos, culturas, recursos naturais entre diversos fatores, o que leva a que surjam também múltiplas tipologias de animação, como: 1 a animação turística, 2 animação turístico-desportiva e 3 animação hoteleira. Portanto, a animação é o resultado da existência de elementos estruturantes de um espaço, ou seja, a animação adapta-se a vários contextos, sendo que dependendo das características dos territórios, permite com que apareçam diversos tipos de animação.

3.3.1.1 Animação hoteleira

A animação hoteleira aparece como um fator imprescindível para os estabelecimentos hoteleiros, de acordo com as novas motivações da procura turística, devem surgir também novos produtos no mercado da oferta turística. Portanto, a hotelaria deve apostar nestas estratégias para atrair *à priori* maior quantidade de clientes para o seu estabelecimento. Sendo que o mercado da oferta está em constante mudança, o que leva a que o setor hoteleiro crie e adapte novas estratégias. Neste sentido, a hotelaria teve que melhorar instalações e o *staff* de modo a satisfazer esta necessidade, implementando programas de animação.

A animação hoteleira é um tipo de animação realizada em contexto hoteleiro, em que são praticadas, programadas atividades de animação dentro de um estabelecimento hoteleiro, no qual tem como objetivo satisfazer as necessidades do cliente. Segundo Chaves & Mesalles (2001) citado por (Almeida pág.71), a animação na hotelaria:

“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 seus 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”.

A animação hoteleira é o culminar dos instrumentos tangíveis com os intangíveis que permite com que o turista ou cliente se recreie, o que para Tahara (2004) o principal motivo que leva uma pessoa a procurar um hotel com atividades de lazer é a procura do descanso, do entretenimento e tirar máxima fruição do seu tempo livre. Procuram alternativas capazes de lhes proporcionar experiências novas e diferentes trazendo ao cimo emoções novas.

A animação nas unidades hoteleiras tem de ter em conta determinados objetivos, essenciais para a viabilização económica do investimento realizado. Quintas y Castaño (1998) e Chaves e Mesalles (2001) citado por Almeida (2003 p. 72) consideram que a animação hoteleira deve procurar a:

1-Diversão – Procurar que as pessoas se divirtam enquanto estão alojadas na unidade hoteleira;

2-Integração – Procurar integrar os clientes na cultura da unidade hoteleira, na cultura da região onde está implantada e na cultura do país;

3- Ocupação – Manter os clientes ocupados durante os tempos mortos da sua estadia;

4-Participação – Motivar os clientes através de promoção adequada, levando-os a participar nos programas de animação elaborados, criando assim alguma interactividade entre o hotel e o cliente;

5-Tranquilidade – Procurar que os programas de animação, mesmo por vezes sendo muito dinâmicos, ofereçam alguma tranquilidade aos participantes, levando-os a esquecer o que os espera no regresso;

6-Diversificação – Diversificar ao máximo os programas de animação, permitindo ao cliente a experimentação de várias actividades, interferindo directamente com a sua rotina diária;

7-Interacção – A abertura dos programas, devem permitir que diferentes tipos de clientes possam interagir em simultâneo, coagindo assim as suas diferenças culturais;

8-Pedagogia – Os clientes ao participarem nas actividades de animação tem que sentir que estão a adquirir algum tipo de saber, cultural, artístico, desportivo, gastronómico, tradicional, histórico, etc.;

9-Fidelização – Toda a interactividade criada, tem por objectivo o aumento da cumplicidade entre o cliente e o hotel, por forma a que a sua relação se mantenha no futuro.

3.3.1.2 Animação turístico-desportiva

A prática desportiva ligada ao turismo assenta num conjunto de atividades desportivas que têm como objetivo recrear o turista, para que possa este ser um mero espetador ou um participante ativo. A animação turístico-desportiva pretende chegar às diversas características que caracterizam o homem. Este tipo de animação tem um espírito desportivo e consegue chegar às diferentes características do indivíduo, como a idade, estatura física entre outros atributos. Normalmente, esta tipologia de animação está sobretudo associada a espaços verdes e a serviços de qualidade.

Paralelamente, Ramos (2001) cit. Almeida e Araújo (2012 p.88):

“a animação, para ser desportiva integra necessariamente, os valores lúdicos contidos nos jogos desportivos, assumindo um cariz duplamente socializante, dado que se pressupõe utilizar socialmente atividades já, em si próprias, produto da relação sociedade- atividade lúdica.”

Portanto, a prática desportiva define-se como um fator relevante na área do turismo, isto é, “a prática desportiva apresenta-se como uma das atividades mais importantes na ocupação atual do tempo de lazer...” Umbelino (1996) citado por Almeida e Araújo (2012, p.87). Assim, este tipo de animação está interligada com as praticas desportivas, formando deste modo, a animação desportiva, ou seja, a “animação, para ser desportiva, integra necessariamente, os valores lúdicos contidos nos jogos desportivos, assumindo um cariz duplamente socializante.” Ramos (2001) cit. (Almeida e Araújo p.88)

Em consonância, as práticas desportivas ligadas ao lúdico contêm características diferentes das práticas de desporto de competição, o que como se pode ver na tabela, existem diferenças entre ambas as práticas de desporto, como os objetivos, os meios, a realização, a prática, consequências e motivações.

Tabela 1. Características da competição/ recreação

Intenções e meios	Desporto de Competição	Desporto de recreação
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Recordes - Reconhecimento - Seleção - Dinheiro 	<ul style="list-style-type: none"> - Prazer - Comunicação - Saúde - Recreação
Meios	<ul style="list-style-type: none"> - Competição e regulamento - Exclusão por idades e sexos - Obrigação de treinar - Comparação - Limite biológico 	<ul style="list-style-type: none"> - Universalismo - Heterogeneidade - Adaptabilidade - Vitalício - Anonimato
Realização	<ul style="list-style-type: none"> - Treino para o resultado - Horas obrigatórias - Plano rígido e concreto - Influencia e externa 	<ul style="list-style-type: none"> - Liberdade - Treino pelo prazer - Método individual - Motivações internas
Prática	<ul style="list-style-type: none"> - Autoritário - Científico - Uniforme - Estrutura rígida 	<ul style="list-style-type: none"> - Democrático - Participativo - Sem forma definida - Organização livre
Consequências	<ul style="list-style-type: none"> - Competição - Comunicação em função da atuação e dos resultados 	<ul style="list-style-type: none"> - Espontaneidade - Criatividade - Interação social
Motivações	<ul style="list-style-type: none"> - Espetáculo 	<ul style="list-style-type: none"> - Realização pessoal

Fonte: Elaboração própria com base em Almeida (2003)

Estas são algumas das características que se observam diferenças entre prática de atividades de forma lúdica ou recreação e a prática de atividades de competição. Neste sentido, observa-se que existem algumas diferenças na forma como são executadas as práticas, tendo em conta os seus objetivos, o meio, as motivações entre outros fatores. As práticas lúdicas ou recreação têm o papel fazer socializar, divertir, recrear, explorar, enquanto que as práticas de competição apenas são realizadas com um determinado objetivo, o de competir.

Existem, no entanto, diversas atividades de animação desportiva como são ainda apresentadas na próxima tabela. Portanto, estas atividades integram-se no meio ambiente, no ar, na terra, na água, o que permite à procura turística ter o contacto com os valores espaciais do território.

Tabela 2. Atividades de animação desportiva

Atividades de animação turística-desportiva	
Desportos de AR	<ul style="list-style-type: none"> - Asa delta - Parapente - Balonismo - Bungee jumping
Desportos de Terra	<ul style="list-style-type: none"> - Bicicleta - Passeios a cavalo ou de burro - Esqui - Mushing
Desportos de Água	<ul style="list-style-type: none"> - Vela - Surf - Bodyboard - Windsurf - Canoagem - Rafting
Desportos de Natureza	<ul style="list-style-type: none"> - Percursos pedestres - Orientação - Escalada - Paintball

Fonte: Elaborada com base em Almeida e Araújo (2012)

Portanto, a animação tem dado um contributo especial ao turista, motivando-o a viajar e a deslocar-se para um determinado território. Neste pressuposto, a sua cooperação é essencial para o desenvolvimento turístico. Para que haja turismo é necessário que o planeamento dos territórios seja capaz de sustentar uma procura cada vez mais exigente, colocando a animação em lugar dianteiro neste processo, tendo de se reinventar ao longo do período em que os turistas vão ganhando hábitos e costumes novos. Portanto, o turista é um tipo de turista designado como um indivíduo que se desloca para uma área em função

de conhecer, experienciar e desenvolver os seus paradigmas. Paralelamente, a capacidade deste se integrar nos territórios é pertinente para áreas onde o turismo é um setor beneficiário, o que a animação turística ajuda na inclusão do turista, sendo então duas atenuantes que atuam com positivismo.

3.3.1.3 Modalidade da animação

As modalidades de animação segundo o autor Paulo Almeida (2003), são:

modalidade institucional, modalidade interna e modalidade sociocultural. A primeira segundo o autor, é uma modalidade poderosa, apenas usada para grandes eventos, manifestações e outros. Entidades públicas recorrem a ela para realizar determinadas atividades. A modalidade interna é uma modalidade localização no interior de instalações, onde são feitos jogos e outros elementos. Relativamente à modalidade sociocultural, está relacionado com projetos de pessoas, com as culturas locais e com a utilização destas para fins recreativos. Logo, o principal objetivo deste é recrear o espaço e oferecer-lhe maior vivacidade.

3.4 Motivações ligadas à animação turística e perfil da procura turística

A animação é motivação e este conceito é o motivo é uma predisposição duradoura, uma energia que move as pessoas a agir; um e o mesmo motivo podem gerar comportamentos diferentes, enquanto diferentes motivos podem gerar comportamentos semelhantes.

A procura turística está mais vocacionada a realizar atividades que proporcionem experiências novas, integres nas especificidades locais. A animação turística pode ser o produto turístico que colmate as contemporâneas motivações da procura. Define-se pelo lado da oferta como uma forma de reter a presença de turistas durante maior tempo nos estabelecimentos hoteleiros. Para Almeida (2003, pág. 67):

“a animação turística, é um produto turístico alternativo que garante a projeção efetiva da diferença, ou seja, num contexto onde a estrutura turística muitas vezes, se limita a reproduzir ambientes, modos de vida e estruturas arquitetónicas retiradas dos chamados

territórios de êxito turístico, a animação turística pode ser a matriz da diferença, por via de uma rentabilização dos recursos disponíveis”.

Neste sentido, para os autores Esteves, Fernandes e Cardoso (2013) citado por Almeida, (2003, pag. 31), “a animação turística contribui para potencializar e diferenciar a oferta turística, para além de atrair e reter os visitantes, que procuram dentro das suas diversas motivações viver experiências memoráveis”. É assim uma forma de desenvolver quer a oferta turística, quer a procura, sendo mesmo considerada como um instrumento do turismo, o que segundo os autores Almeida e Araújo (2012, p.32), a animação turística é uma “espécie de ferramenta que pode contribuir para a autoestima coletiva das populações, proporcionando, desta forma, uma experiência turística complexa, profunda e integrada” A animação é criada para que se dirija às motivações da procura turística e que sirva de revitalização destas mesmas satisfações dos turistas. Assim, para Figueiredo (2013), a animação turística consiste num conjunto de atividades organizadas que proporcionam experiências únicas e são geradoras de um elevado grau de satisfação no turista, ou seja, no seu global este subsector do turismo é uma ferramenta que objetiva satisfazer as necessidades dos territórios, da oferta e da procura turística.

Neste sentido, no âmbito turístico as motivações podem definir-se como necessidades ou forças psicológicas que predispõem uma pessoa a participar numa atividade turística. A motivação é interpretada como um conjunto de forças intrínsecas que levam o indivíduo a participar numa determinada atividade turística. Portanto, para Crompton (1979) citado por Almeida e Araújo, (2012, p.51), existem diversos motivos que levam a pessoa a viajar, no qual se classificam como sociopsicológicos:

- Fuga de um conhecido e mundano meio ambiente;
- Exploração e avaliação de autorrelaxamento;
- Prestígio;
- Regressão;
- Elevação do relacionamento de parentesco;
- Facilidade de interações sociais, novidade e educação.

Neste sentido, existem diversas motivações que levam a pessoas a viajar. No turismo, a motivação depende de cada indivíduo e da sua forma de ser, da sua personalidade, dos

seus hábitos, da sua cultura, entre outros fatores. As motivações no turismo são apresentadas na tabela que se segue.

Tabela 3. Categorias motivacionais no turismo

Categoria	Motivações
Motivações Físicas	Relaxamento do corpo e da mente; saúde; desporto; prazer e divertimento; excitação; romance; entretenimento; fazer compras
Motivações culturais	Curiosidade sobre destinos; lugares e pessoas; interesse em artes; música; arquitetura; folclore; monumentos; eventos nacionais ou internacionais, etc;
Motivações pessoais	Visitas a parentes e amigos; conhecer pessoas novas; busca de novas experiências em ambientes diferentes; visitas religiosas; fuga ao ambiente social; desejo de mudança;
Motivações de prestígio e <i>status</i>	Atividades de educação e aprendizagem, hobbie, negócios e objetivos profissionais, elevação do ego, moda, etc.

Fonte: Elaborado com base em Mathieson e Wall (1996)

Foram apresentadas as categorias motivacionais no turismo, onde existem diversos motivos que levam o turista a viajar. A motivação no turismo é uma força intrínseca que leva a pessoa a viajar para um determinado lugar. Na tabela que se segue apresentam-se motivações de indivíduos ligadas à animação.

Tabela 4. Motivações dos participantes na animação

Físicas
- Bem-estar; - Repouso; - Saúde; - Prazer; - Desporto;
Culturais
- Conhecimento com outras culturas; - Contacto com o modo de vida local; - Música, arte, folclore, dança, artesanato;

Interpessoais
<ul style="list-style-type: none"> - Necessidade de conhecer outras pessoas; - Procura de novas e diferentes experiências; - Escapar à rotina de amigos, vizinhos; - Fuga ao ambiente doméstico;
Intrapessoais
<ul style="list-style-type: none"> - Descoberta, crescimento interior e realização do Eu através de atividades lúdicas; - Razões de ordem espiritual;
Prestígio
<ul style="list-style-type: none"> - Desejo de reconhecimento e atenção por parte de outrem; - Desejo de engrandecer o ego; - Desejo de continuidade educacional; - Desenvolvimento pessoal; - Participação como modo de sustentar o status.

Fonte: Elaborado com base em Rodrigues (1997)

Portanto, constata-se que para Almeida e Araújo (2012, p.53), “as motivações dependem grandemente das características sociodemográficas dos públicos que nelas participam, mas muito, também, da informação e da promoção gerada em torno das atividades propostas.”

A procura turística assume-se um conjunto de indivíduos que procuram oferta turística para se recrearem e conhecerem o espaço. Para haver procura tem de haver atrações turísticas para a região em causa, pelo que neste caso, a animação, é um fator de crescimento endógeno e social para os territórios. Deste modo, o turista busca no turismo uma forma de se ocupar, de conseguir sair desta sua rotina, o que a animação sendo um subsetor da área turística, tem condições para fazer melhorar os atributos. Para Figueiredo (2013 p.4), a “animação turística é um conjunto de atividades organizadas que proporcionam experiências únicas e são geradoras de um elevado grau de satisfação no turista.” Contudo, animar é uma arte que requer capacidade de profissionais para cooperar com o turista. Neste sentido, o turista é aquele que viaja para diferentes áreas, com diversos pressupostos de conhecer e experienciar os valores endógenos locais. De acordo com Torres (2004, p.28), a animação turística pode ser entendida como “um conjunto de atividades que objetivam humanizar as viagens, oferecendo ao turista a possibilidade de participação ativa, de tornar-se protagonista de suas férias”

Contudo, o turista é considerado como a pessoa que se desloca por mais de 24 horas, se não pode ser considerado como excursionista. Ou seja, no Decreto-Lei nº 191/2009 de 17 de Agosto, que estabelece as bases das políticas públicas do turismo em Portugal e define os instrumentos para a respetiva execução, o turista é “a pessoa que passa pelo menos uma noite num local que não seja o da residência habitual e a sua deslocação não tenha como motivação o exercício de atividade profissional remunerada no local visitado” Também a OMT, considera o conceito de turista como “a sua deslocação não tenha como motivação o exercício de atividade profissional remunerada no local visitado.”

Neste pressuposto, o turista e a animação são dois conceitos ambíguos e geram oportunidades de desenvolvimento para ambos. Logo, os objetivos da animação é obter a maior satisfação possível do turista quando usa os seus serviços, enquanto que o turista só dá satisfação à animação quando retribui um feedback acerca do serviço prestado positivo.

Neste estudo, que se insere no concelho de Seia, o turista que visita este território que é composto por uma área maioritariamente rural, a animação faz todo o sentido em compugnar com a sustentabilidade. A procura e animação são dois elementos prioritários para o desenvolvimento económico e social do espaço, acarretando benefícios de várias índoles e que são o motivo para que sejam aplicadas cada vez mais nas estratégias de desenvolvimento territorial.

Portanto, a relação entre procura turística e animação turística é designada como uma ligação positiva, em que com turistas mais conscientes para práticas sustentáveis e com necessidades para se recrearem, a animação aparece como um ato de satisfação das exigências da procura turística de forma eficaz. Animar é uma das atividades mais importantes do turismo, sendo que hoje, grande parte da procura se subjugam a este tipo de atividades de turismo.

3.5 Do benchmarking às boas práticas em Portugal

Segundo Bernardes (2014, pág. 26) “o benchmarking é a mais recente prática de qualidade que tem despertado o interesse empresarial”. Ainda para o mesmo autor, o benchmarking é um processo contínuo de comparação dos produtos, serviços e práticas

empresariais entre os mais fortes concorrentes ou empresas reconhecidas como líderes. É um processo de pesquisa que permite realizar comparações de processos e práticas "empresa-a-empresa" para identificar o melhor do melhor e alcançar um nível de superioridade ou vantagem competitiva. Bernardes (2014)

Pagliuso (2005) citado por Silva, R., e Júnior, F., (2015 pág. 6) define benchmarking como um:

“método utilizado para comparar o desempenho de processos, práticas de gestão ou produtos de uma organização com outro similar (que seja mais eficaz ou eficiente), compreender as razões do desempenho superior, adaptar à organização e implementar melhorias”. É uma ferramenta importante para melhorar a qualidade do produto.

Neste estudo, selecionaram-se cinco empresas de animação turística no país (Portugal). O critério de seleção prende-se pelo facto de que todas as empresas escolhidas praticam atividades de animação turística, utilizando os recursos endógenos do espaço, que trabalham a nível nacional, desempenhando a atividade em qualquer ponto do país. Também se selecionaram estas empresas por serem referências no mercado.

O fundamento do uso do benchmarking às organizações é garantir a competitividade sustentável no mercado da oferta, permitindo ter um produto de qualidade superior, que se torne numa marca e que se afirme.

Na tabela 5, denotam-se as empresas selecionadas para análise da sua atividade.

Tabela 5. Listagem de empresas de animação turística

Nome da empresa de animação turística	Localização
Living Place	Pampilhosa
“Descubra o Minho” – Empresa de animação turística	Viana do Castelo
Lethes Go	Ponte de Lima
Mailominho	Viana do Castelo
“North Discovery Adventures Tours”	Viana do Castelo

Fonte: Elaboração própria

As atividades das empresas de animação turística apresentadas na tabela 5, podem ser vistas nas tabelas (6,7,8 e 9). Cada empresa contém atividades diferenciadas, mas com o

mesmo objetivo, o zelo pela sustentabilidade do espaço. Ambas têm programas, recursos humanos e equipamentos de qualidade. Todas procuram proporcionar a diferenciação na experiência. As organizações centram-se na criação de produtos como o turismo ativo, o ecoturismo, turismo desportivo, turismo de natureza e rural.

As atividades sugeridas na proposta de desenvolvimento do (capítulo 8) encontram-se dentro dos parâmetros da agricultura. Analisando, os mercados concorrentes a nível nacional, verifica-se que estas empresas não realizam atividades com especificidades agrícolas, sendo um indicador positivo de diferenciação face ao mercado da concorrência. *À priori*, cria-se uma oferta de qualidade, nova, com os opositores a situarem-se noutras vertentes.

As entidades observadas praticam atividades de animação ao ar livre, com base em recursos naturais e culturais, para grupos de pessoas reduzidos, em áreas protegidas. Estas atividades lúdicas objetivam ser algo diferente, pretendendo atingir um público mais consciencializado para a preservação ambiental e para o conceito de sustentabilidade.

Percebe-se que a animação turística se designa como um subsetor do turismo que gera oportunidades para os territórios rurais. Este pode ser incluído em diversas tipologias de territórios, sendo que é adaptável aos múltiplos recursos existentes e a outros fatores que caracterizam o local, o que leva a que esta seja um fator de crescimento e desenvolvimento espacial.

Existem diversas empresas que trabalham no ramo da animação turística a nível nacional, tendo os valores endógenos que transformam em atividades de turismo, como é caso da “Living place” que é uma empresa capaz de suportar oportunidades de desenvolvimento turístico para a região onde se encontra sediada.

Neste sentido, as empresas de animação turística encontram-se regulamentadas pelo Decreto-Lei n.º 108/2009, de 15 de maio, alterado pelo Decreto-Lei n.º 95/2013, de 19 de julho e pelo Decreto-Lei n.º 186/2015, de 3 de setembro. “Uma empresa de animação turística, seja pessoa singular ou coletiva, desenvolve com caráter comercial atividades de animação turística”.

A animação em áreas rurais depende do território. O estado do território rural é composto por políticas de desenvolvimento que fazem deste um lugar mais coeso e propício para que a animação possa ser integrada de maneira eficaz e equilibrada. Portanto, o território

é um sítio oportuno para que se desenvolva o turismo e que este seja uma mais valia para o turismo internacional e nacional.

A animação completa estes pressupostos através de estratégias de desenvolvimento turístico a nível nacional. Expressam-se algumas das atividades de animação como exemplo, da empresa “Living Place” em que através da apropriação do território, desenvolvem estratégias lúdicas de animação turística. Denotam-se algumas das atividades criadas pela empresa:

Tabela 6. Quadro de atividades de animação turística feitas pela empresa Living Place

Atividades de animação turística da empresa Living place	
Empresa sediada na Pampilhosa – Coimbra	
Percursos pedestres, caminhadas;	Team Bulding;
Birdwatching;	Saúde e bem-estar;
Eventos, formações e seminários;	Terapia e Natureza;
Life Zen;	Lase Tag;
Programas de sensibilização e educação ambiental;	Turismo científico: birdwatching, observação de anfíbios, morcegos e outros;
Bike	Abelhas e colmeias;
Turismo activo e de bem estar: percursos pedestres, yoga na floresta, pilates, artes marciais e outros;	Eventos, formações, seminários e feiras temáticas.

Fonte: Elaboração própria

Este quadro expressa as atividades de animação turística que se realizam em áreas rurais, reaproveitando os recursos naturais e culturais e através deles constituir práticas de turismo sustentável e de animação turística. Este é um exemplo claro da importância que a empresa de animação tem para o turismo atual com base em recursos endógenos se consegue desenvolver atividades de animação turística, sendo positivo para a sustentabilidade espacial, que é uma das prioridades do turismo contemporâneo. Neste pressuposto, entende-se ainda que as atividades da empresa são determinantes para o crescimento equilibrado do setor turístico.

Na figura 11, apresenta-se uma das inúmeras atividades que são realizadas pela empresa “Living Place, animação turística Lda, ao ar livre, em contacto com a natureza e com todos os valores presentes no território. Essas atividades são realizadas na Eco Quinta Villa Maria, que é um espaço natural que se assume como um conceito ambiental, educacional e ecoturístico. Tem uma área de cinco hectares e, no qual está a ser sujeita a um plano de ordenamento e reflorestação com espécies nativas.



Figura 11. Atividades da empresa Living Place (turismo ativo e de bem-estar)

Fonte: Simbiótico (2020)

Esta imagem representa parte das atividades que são realizadas pela empresa Living Place. Esta atividade que se insere no âmbito do turismo ativo e de bem-estar, permite com que os turistas consigam obter o contacto com a natureza, ou mais propriamente com os recursos naturais de forma lúdica, ou enquanto praticam as suas atividades de relaxamento.



Figura 12. Programas de sensibilização e educação ambiental, empresa Living Place

Fonte: Simbiótico (2020)

Na figura 12, a empresa de animação está a promover um programa de sensibilização e educação ambiental. De facto, esta constitui uma prática ligada ao meio ambiente e que se enquadra também no meio rural, no qual se torna importante na promoção e preservação do meio. Esta atividade é ainda realizada na Eco Quinta Villa Maria, onde neste caso está a ser efetuada uma reflorestação do espaço, sendo uma atividade de sensibilização espacial, educacional.

Neste sentido, são apresentados alguns outros exemplos de empresas de animação turística em seguida e, que expressam de alguma forma o reaproveitamento do território de maneira mais equilibrada e sustentável. Contudo, estas empresas assumem-se como determinantes para o país e para os lugares onde trabalham. Logo, algumas das empresas pesquisadas são as seguintes e as suas atividades são apresentadas em tabelas abaixo:

Tabela 7 – Atividades da Empresa de animação turística, Descubra o Minho

“A descubra o Minho” – Empresa de animação turística	
Empresa sediada na área natural da Serra D’arga, Montaria – Viana do Castelo	
Atividades	
Caminhadas guiadas, Passeios de burro Passeios em família	Passeios de bicicleta na Serra D’Arga, no PNP – Gerês e no Norte de Portugal

Fonte: Elaboração própria

Esta empresa Descubra Minho, situada na tabela 7, é uma empresa de ecoturismo, que se especializa na organização de caminhadas, passeios de bicicleta e passeios de burro no norte de Portugal. Os programas desta empresa, desenvolvem-se maioritariamente na área protegida da Serra D’Arga e no Parque Nacional da Peneda – Geres. O objetivo da descubra o Minho é evitar zonas de turismo de massas, dando a conhecer o Portugal genuíno e desconhecido, envolver as comunidades locais por forma a partilhar os usos e costumes locais, valorizar a natureza, oferecer a descoberta de spots desconhecidos. Como exemplo da atividade, segue-se de seguida na figura 13, uma das atividades prestadas por esta empresa de ecoturismo, relacionada com saúde e bem-estar, em que se valoriza a natureza enquanto pratica atividades de lazer.

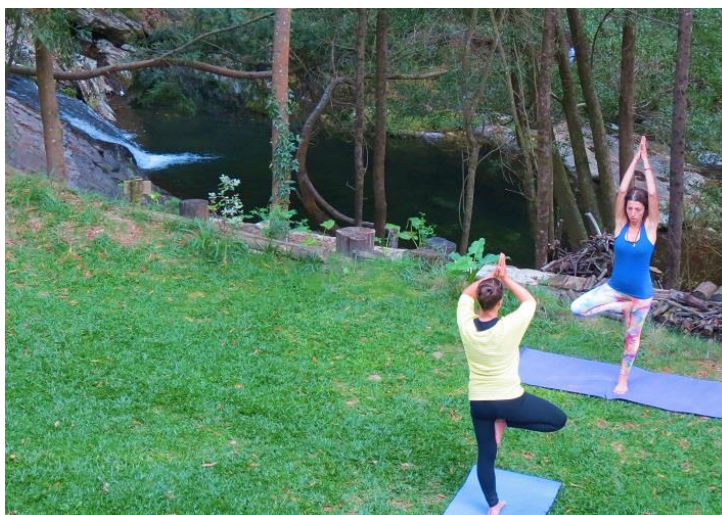


Figura 13. Turismo ativo de bem-estar

Fonte: DescubraoMinho (2020)

As atividades de turismo ativo e de bem-estar, realizadas em áreas de natureza, são a forma ideal de ter uma multifuncionalidade. Enquanto o turista pratica as atividades físicas, obtém contato com a natureza em modo lúdico. Isto torna-se positivo para que as áreas naturais sejam reaproveitadas de forma equilibrada. Outra das atividades com o mesmo sentido, é o passeio de burro; atividade promovida e desenvolvida por esta empresa do Minho, que se designa como sendo também sustentável. Isto é uma forma sustentável de promover os recursos naturais e culturais da área.



Figura 14. Atividade de animação turística passeio de burro, empresa Descubra o Minho

Fonte: DescubraoMinho (2020)

Estes passeios de burro têm uma curta duração e proporcionam a descoberta do meio rural, bem como a descoberta da fauna e da flora local. É uma atividade sobretudo para crianças, devido à capacidade de transporte do burro.

Outra das empresas que trabalham a nível nacional na área da animação, é a “Lethes Go” que representa um grupo multidisciplinar de animação turística responsável e criativo.

Tabela 8. Atividades da empresa de animação turística, Lethes GO

Atividades de animação turística da Empresa Lethes GO no âmbito do:	
Turismo cultural e de Natureza, Equestre, Pedestre e Náutico.	
Percursos pedestres, Passeios a Cavalo;	Itinerários e Rotas Culturais, Touring Cultural;
Gastronomia e vinhos, Programas Temáticos, Náutica, Formação e Consultoria;	Organização de experiências personalizadas.

Fonte: Elaboração própria

Esta empresa de animação turística tem diversas atividades que são realizadas em ambientes naturais, rurais, onde existe diversidade a nível de recursos naturais e culturais. No caso desta imagem, representa parte das atividades que são desenvolvidas pela empresa, em áreas onde prevalece o ambiente, a cultura e outros elementos.



Figura 15. Atividade da empresa Lethes Go, itinerário cultural e natural

Fonte: Lethes Go (2020)



Figura 16. Atividades da empresa Lethes go, passeio a cavalo

Fonte: Lethes Go (2020)

Estes passeios a cavalo são uma atividade que tem como propósito proporcionar aos diferentes elementos da procura turística um período de relaxação e de diversão, bem como de desfrute dos valores naturais e culturais existentes em torno dos diversos trilhos. Na totalidade, para além do equestre, esta empresa presta ainda atividades na área da natureza, cultura, pedestre e náutico. Neste sentido, analisa-se uma outra empresa de animação turística que desenvolve serviços de animação. Assim, a “North Discovery Adventure Tours”, Empresa de animação turística cuja atividade é dar a descobrir e a conhecer o Norte de Portugal e o que de mais belo possui, na sua cultura, história, costumes, gastronomia e natureza.

Tabela. 9 Atividades de animação turística, empresa North Discovery Adventure Tours

Atividades da North Discovery Adventure tours
Passeios e caminhadas
Tours – 4x4
Outras atividades – Passeio a cavalo

Fonte: Própria

Os passeios e caminhadas são as principais atividades desta empresa que atua na região norte de Portugal. Como se observa nas imagens a seguir, estas atividades são realizadas

em grupos de turistas e tem como objetivo mostrar e promover a interação entre os valores de natureza e os próprios turistas.



Figura 17. Caminhadas promovidas pela empresa

Fonte: North Discovery Adventures (2020)

A empresa North discovery atua essencialmente no Minho, no Distrito de Viana do Castelo, nomeadamente na Serra de Santa Luzia e Serra D'Árga que abrangem os concelhos de Viana do Castelo e Caminha, bem como em toda a orla marítima atlântica do distrito, onde mar e montanhas se confundem, oferecendo paisagens únicas. Também atuam no Parque Nacional da Peneda do Gerês.



Figura 18. Caminhadas promovidas pela empresa

Fonte: North Discovery Adventures (2020)

As empresas apresentadas anteriormente trabalham para que a animação funcione em territórios rurais, onde prevalece a natureza e as atividades económicas locais. Neste sentido, a animação em áreas rurais é determinante para que os espaços cresçam de maneira equilibrada sem terem repercussões para os desígnios do setor. Em constatação, o turismo abrange oportunidades de desenvolvimento territorial, o que desmistifica outras formas de cooperação económicas e sociais. Os exemplos apresentados de empresas de animação são claros acerca da importância que deste subsector tem em recursos endógenos, em que através da adaptação de atividades lúdicas aos recursos endógenos se consegue aplicar o conceito de sustentabilidade.

Paralelamente, o território do município de Seia pode ser reaproveitado para atividades de animação, tendo em conta que sendo um lugar com características rurais, com hábitos e costumes culturais ligados a esta vertente não urbana, entende-se que existem um misto de atividades e boas práticas rurais que podem ser integradas em atividades de animação, formando assim as boas práticas sustentáveis em animação turística ligadas ao mundo rural. Apresenta-se na tabela 10, algumas das atividades que podem ser indexadas como tal, enquanto propostas:

Tabela 10. Atividades de mundo rural que se enquadram nas boas práticas da animação turística

Rota da Transumância
Feitura do queijo da Serra da Estrela
Ordenha do gado
Tosquia do gado
Feitura da Broa tradicional de Loriga
Cultivo do milho
Moagem do milho em processos de artesanais, com em moinhos de água/ vento
Noite das caçoilas do Sabugueiro, degustação dos tradicionais pratos
Desfolhada
Cantares populares
Rota da prova de vinhos e gastronomia típica
Apanha da azeitona
Vindimas e produção de vinho artesanal
Semeio da batata, feijão
Assimilação de processos de cultivo

Malha do centeio de trigo
Apanha da maçã, pêra, morango, castanha

Fonte: Elaboração própria

Estas são algumas das atividades pesquisadas no município e que podem ser integradas nos planos de turismo da autarquia como atividades de animação turística, por outras empresas, ou seja, consoante os valores territoriais existentes no espaço, concebem-se oportunidades de desenvolvimento de atividades de animação turística, como por exemplo as apresentadas, que se assemelham com as atividades das empresas de animação turística pesquisadas, a partir de recursos naturais e culturais endógenos, onde prevalece a cultura local, as especificidades únicas da região, o que as torna atividades diferenciadas. Assemelham-se ainda na forma de execução, como são praticadas, em contato com os recursos locais, tal como acontece nas empresas apresentadas anteriormente. Estas atividades estão mais dirigidas para os aspetos culturais do espaço, embora estejam inseridas num parâmetro de natureza.

O caso da rota dos vinhos e gastronomia típica é um exemplo do que se deve realizar em função de um desenvolvimento mais equilibrado e sustentado em boas práticas de animação turística. Promove o território e alguns dos seus fatores endógenos locais como é a gastronomia e, que é atualmente um dos principais atrativos turísticos a nível nacional. Além desta rota existem outras atividades que são tidas em conta pela sua singularidade e representatividade como é o caso das vindimas, que podem ser integradas em atividades de animação turística. Comparando as atividades das empresas descritas anteriormente com estas atividades, facilmente se percebe que existe um relacionamento quanto à possibilidade de serem enquadradas em empresas, no qual estas detêm atividades que são similares, apenas contendo um carácter diferenciado.

Podemos constatar, que as atividades praticadas pelas empresas de animação turística são desiguais das atividades apresentadas no plano para o município de Seia, apesar de que globalmente ambas terem o sentido da responsabilidade ambiental.

3.6 Síntese

A animação é uma forma de melhorar o bem-estar físico e emocional do turista, o que para Krippendorff, (1989) citado por Araújo (2014 pág.14), “deve contribuir para suprimir

as barreiras e desenvolver o prazer da descoberta e o desejo de contactos, permitindo, assim, que o indivíduo saia do seu isolamento. Ela deve encorajar o esforço pessoal, a criatividade individual e o espírito de iniciativa.” Este termo de animação designa-se como uma forma de desenvolver o bem-estar pessoal do indivíduo, o que é certamente uma forma de comunicar com o outro, de facilitar a interação entre pessoas, como fator importante nas relações interpessoais. Neste sentido, o conceito é diversificado e pode ser subdividido em várias vertentes como por exemplo, em animação turística, animação hoteleira, animação desportiva entre outras. A animação em si, é um conceito vasto e, portanto, extensível a diversas áreas. Paralelamente, o conceito de animação aplicado ao turismo assume-se como uma ferramenta ou instrumento de auxílio do setor do turismo, definindo-se como um subsetor da indústria turística. Este permite completar o setor, dando-lhe maior diversidade e facilidade em atingir determinados públicos, ou mercados da procura e da oferta, criando maior proximidade entre os fluxos de indivíduos e o próprio turismo. Em consonância, a animação consegue assim atingir outros mercados turísticos, outros níveis de procura e de oferta. Deste modo, este conceito caracteriza-se como estando também ligado ao termo de sustentabilidade, ao ser sustentável e de revitalização dos recursos endógenos naturais e culturais.

Com este capítulo pretendeu-se avaliar uma série de empresas de animação turística que laboram no ramo e que são essenciais para o desenvolvimento económico, social e como cultural de diversas áreas geográficas. De facto, percebeu-se que as empresas têm um papel fundamental na revitalização dos territórios rurais onde prevalece sobretudo a vertente ambiental. Foram escolhidas empresas de animação que trabalham nestas áreas rurais e ambientais, sediadas em áreas onde prevalece o cariz ambiental, sendo observado um conjunto de atividades de animação ligadas às mesmas vertentes. Paralelamente, denotou-se que as atividades são semelhantes e que pretendem atingir mercados análogos, sendo de pequena e média dimensão, mas com a finalidade de atribuir dinamismo ao espaço sem corromper com as necessidades existentes no mesmo. Em consonância, observa-se que a animação é uma área extensa, que pode ser aplicada de múltiplas maneiras, mas que no seu intrínseco se encontra a autenticidade de manter os lugares protegidos e conservados, aliados à imposição do bem-estar físico e emocional daqueles que praticam as atividades de animação turística. Nestes casos, a tipologia de animação turístico-desportiva é a mais utilizada, no qual se incluem atividades como os percursos pedestres como sendo o tipo de atividade com maior afluência por parte das empresas.

Em relação às atividades apresentadas para o município de Seia, percebe-se que estas atividades se enquadram nas diversas tipologias que compõe a animação turística, sendo facilmente integradas em unidades hoteleiras da região, como componente de recreação, servindo assim as necessidades dos clientes. Verificando-se ainda as motivações da animação, entende-se ainda que estas práticas de animação se integram nas motivações físicas, culturais e interpessoais.

Conclui-se que as empresas de animação, pelo benchmarking realizado às empresas, apenas efetuam serviços na própria empresa, não se estendendo à integração das unidades hoteleiras. Outro aspeto dos concorrentes prende-se por terem um público alvo específico com necessidades ligadas ao turismo de natureza e, ao turismo cultural. As especificidades de agricultura como o semeio da batata; apanha da maçã; cultivo do milho; entre outras, não se encontram dentro dos parâmetros das organizações. Esta é uma atividade nova, que pode ter um posicionamento positivo neste segmento de mercado.

4. Mundo rural e animação turística

4.1 Introdução

O presente capítulo inicia com uma conceptualização acerca do mundo rural, no qual se observa a sua transformação enquanto espaço agrícola para lugar de lazer e recreação. Neste sentido, caracterizam-se as atividades do mundo rural, com os múltiplos recursos que contém se permite o aparecimento de atividades como meio de reaproveitamento dos territórios. Em paralelo, tenta-se compreender o papel da animação turística no meio rural, como estratégia revitalizadora dos valores.

4.2 Mundo rural: conceptualização

O espaço rural sofreu alterações significativas ao longo das últimas décadas, em Portugal, e noutros países, face às transformações sociais e pela expansão da urbanização e da industrialização.

Paralelamente, o mundo rural aparece como uma área rural, o qual se afirma pelo elevado património que contém, que gera oportunidades de desenvolvimento para estes territórios, como a revitalização espacial.

Neste sentido, entende-se que o mundo rural se encontra em desenvolvimento repartido por diversos setores, ao qual a principal atividade económica deixa de o ser, para que sejam implementados novos setores que tenham a funcionalidade de atribuir dinamismo ao território rural.

Todavia, o mundo rural caracteriza-se como um meio com especificidades próprias, como o património rural, os valores, recursos rurais e as culturas locais ligadas à atividade agrícola que definem este espaço como sendo rural. Os valores endógenos do mundo rural devem ser preservados e conservados para que este não perca a sua identidade cultural. Para o autor Bucho (2017), o mundo rural, enquanto património, tem potencialidades culturais, mas também económicas. Ou seja, este meio é traduzido pela elevada cultura que tem e pelos potenciais económicos que ainda apresenta. O mesmo autor salienta que

o património, entendido na sua globalidade, é o conjunto de entidades tangíveis e intangíveis nas quais a sociedade reconhece valores num determinado período da história. Já os patrimónios rurais pertencem às entidades tangíveis e intangíveis que constituíram ou constituem o mundo rural e em que se reconhecem valores que emanam de campos tão diversos como o histórico. Portanto, também o mesmo autor entende por mundo rural, de uma forma geral, a simbiose homem-natureza (ou cultura-natureza, se quisermos) derivada da atividade agrícola, pastoril, florestal e cinegética. Também Manuela Reis (1999, pág.79) salienta que “as políticas culturais de conservação do património tendem hoje cada vez mais a ser, ao mesmo tempo, também políticas de ordenamento do território e de desenvolvimento”. Isto é, a preservação permite o desenvolvimento sustentável do território. Assim para a mesma autora, preservar o património passa a beneficiar de um entendimento mais alargado, incorporando a necessidade de reutilizá-lo, animá-lo e devolvê-lo às comunidades de pertença. Neste sentido, entende-se que preservar o património é conceber desenvolvimento ao espaço. Também para Champetier (2013), quer seja natural ou cultural, paisagístico ou arquitetónico, histórico ou artístico, o rico património dos territórios rurais europeus representa, efetivamente, um recurso a valorizar e a colocar ao serviço de um novo desenvolvimento. Idem (2005) citado por Cardoso (2011, p.12), considera que:

“o mundo rural requer especial atenção no sentido de perspetivar novas formas de desenvolvimento sustentável. Isto só é possível mediante a preservação dos territórios, do património cultural diferenciado e a fixação das populações, contrariando, na medida do possível o declínio demográfico e económico das áreas.”

Para Cardoso (2011), o desenvolvimento rural sustentável é uma das metas das políticas da União Europeia, a sua política de coesão tem como objetivo inverter o processo de êxodo rural e reabilitar a economia do espaço rural, nomeadamente do sector agrícola.

O mundo rural é uma área geográfica com potencialidades para crescer e para se tornar num elemento estruturante para diversas indústrias, em que através das quantidades de elementos ecológicos e sociais se verifica que este mundo rural apresenta qualidades para que possa ser apropriado por diversos serviços e diversos setores, entre os quais se verifica o setor do turismo, o setor agrícola, alimentar entre outros. Neste sentido, para Cardoso (2011), o turismo no espaço rural (TER) tem vindo a impor-se como atividade com potencial para relançar o desenvolvimento de alguns espaços rurais, particularmente daqueles que têm recursos de elevada qualidade natural e cultural. Os territórios estão a

ser trabalhados nesse âmbito, para que o seu desenvolvimento possa ser estabelecido a partir de setores como o do turismo. Adotam-se diversas políticas de desenvolvimento territorial que se estabelecem fundamentais *à priori* para os espaços rurais.” Também para a mesma autora, a “política de desenvolvimento local, surge como uma estratégia dos atores locais e cujo objetivo é tornar as cidades e as regiões mais competitivas, através do uso dos seus recursos”

Em consonância, entende-se que para Veiga (2005) citado por Cardoso (2011, pág. 20) “O desenvolvimento local é assim crescimento económico induzido localmente, ocorrendo dentro do contexto do sistema de mercado livre existente.” Ou seja, este mundo apresenta capacidade para ser reconhecido como um mundo capaz de receber procura turística e transformar os recursos naturais e culturais em atrações consumidoras em duas valências, isto é, consumidas por turistas, consumidas por interesses agrícolas comerciais e de consumo por subsistência própria de residentes nestes espaços. Portanto, o rural é uma área em que a globalização tem impacto, bem como as novas tecnologias de informação, sendo para o turista chegar a este destino turístico, utilizam-se informações que são expostas em sites, aplicações ... Os intermediários acabam por ter um papel secundário neste processo de busca de informação. Segundo Gaspar (2004) citado em Cardoso (2011 pág.23) “o espaço rural é cada vez mais um território multifuncional, fruto da evolução das tecnologias da informação e meios de comunicação.”

Neste pressuposto, a procura turística fica mais consciencializada para as novas atenuantes que o mundo rural atravessa, como o sentido para a preservação e conservação dos valores territoriais através da prática de atividades de turismo. A par das novas tecnologias da comunicação e informação, aparece também o setor turístico como uma forma nova de desenvolver o território. Para a autora Cardoso (2011 pág.23):

“o turismo aparece como uma das novas funções do espaço rural e como tal ocupa um lugar no topo das prioridades estratégicas atuais do desenvolvimento rural, uma vez que têm um papel importante não só na preservação de todo o potencial social, cultural e ambiental das áreas rurais, mas também na promoção do desenvolvimento económico-social, sendo evidente a possibilidade de aumentar esse papel”.

Com o tempo e com a ausência de atividades endógenas, o desaparecimento de práticas associadas à atividade agrícola e a introdução do turismo como jeito de substituir essa

quebra cultural e social que gera uma provável perda de identidade do território. Também, para autora, Cardoso (2011 p.23) “o desenvolvimento rural pressupõe diferenciação e diversificação da economia, distribuição da população por vários sectores de atividade.”

Todavia, caracteriza-se o mundo rural como um meio com capacidade de carga reduzida, mas com elevado potencial económico, cultural e ambiental. A nível social, denota-se a perda de habitantes, mas inversamente a integração de serviços de oferta que complementam essa discrepância. A existência de poucos residentes em territórios rurais é colmatada com a introdução das estratégias de desenvolvimento territorial, como é o caso do turismo que permite a fixação quantitativamente de população como as políticas que são introduzidas neste meio, para que este espaço se revitalize.

O mundo rural expressa-se ainda por recursos que são criados pelo homem ao longo de anos. Outros já se encontram no espaço, o que faz nascer assim um território rural. As especificidades locais são um importante fator para o desenvolvimento da sociedade inserida no espaço. Bucho (2017) caracteriza o mundo rural tradicional como um processo regressivo de perda de densidade sociocultural, económica e institucional, deixando, também, de constituir uma complementaridade funcional do mundo urbano.

Atividades dinâmicas do mundo rural são determinadas pela sociedade existente, nos quais com a revolução industrial levaram as populações em busca de melhores condições de vida, conduzindo à desertificação do território, que fica mais despovoado com os espaços urbanos a ganharem cada vez mais consistência demográfica. Neste sentido, “O espaço rural distingue-se do espaço urbano, pelas menores densidades populacionais, e pela importância da agricultura para a economia e para a sociedade, mesmo nas sociedades mais desenvolvidas”. Cavaco (2004, pág.99).

Portanto, o turismo rural é um produto proveniente do mundo rural, tal como acontece na criação de outros produtos que são criados em torno deste lugar. No entanto, a procura turística constituída por turistas que se deslocam para um destino em função de se recrearem enquanto turistas. Atualmente, o mundo rural é um meio sustentável, conduzido pelos impactos ambientais gerados em áreas urbanas, que lhe confere hoje uma importância acrescida na parte do turismo. Noutros tempos a fuga para as cidades era uma constante, o que agora acontece o inverso com os turistas a procurarem cada vez mais áreas sustentáveis, onde existe grande procura interna.

A sustentabilidade é um fator determinante no turismo atual, visto que surge abrigado de oportunidades de desenvolvimento e que consiste em determinar o crescimento a longo prazo com o mínimo de impactos negativos para o território. Contudo, a sustentabilidade territorial, aplica-se de igual modo ao turista, em que este fica satisfeito com as necessidades colmatadas dos territórios, em que apresenta uma visão mais consciente dos padrões de consumo sobretudo de áreas onde existe periferia demográfica e económica.

O turista é um consumidor de espaços e lugares, enquadra-se na procura e é um pilar para a oferta turística. O município do estudo do projeto de investigação, apesar de conter turismo como sua referência, depende pouco do turismo para se desenvolver, sendo que o meio rural nele inserido apresenta características ligadas a atividades agrícolas. O tipo de turista é motivado pelas paisagens, pelos produtos típicos regionais e pela influência da Serra da Estrela, que é uma parte estruturante da identidade deste concelho.

O turismo rural pode ser um elo fundamental para recuperar a confiança dos turistas. Com a pandemia, o turismo rural pode ser uma boa alternativa para a procura turística, isto apesar de conter uma capacidade baixa de carga. Claramente que o turismo rural alberga uma menor estrutura para impor os turistas nos territórios comparado com o turismo urbano. Deste modo, as condições a que está associado desdobram-se em valores e oportunidades de desenvolvimento que permitem diferenciar apesar das razões epidémicas a que se assiste.

Logo, noutra perspetiva, entende-se que o mundo rural é conhecido pelas suas funções agrárias a que está submetido, existindo apoios em anos transatos que serviam para melhorar a situação agrícola do espaço, como são os programas LEADER e PAC (Políticas Agrícola Comum). Assim, a atividade agrícola é estimulada a crescer, mas numa direção inversa, sendo essencialmente para consumo comercial e não para consumo próprio de famílias inseridas. Para Johnson (1997) citado por Cardoso (2011, pág. 28) “atualmente com a globalização da economia, os mercados expandiram-se de modo que a agricultura por si só deixou de ser sustentável e rentável. Tornou-se necessário associar à atividade agrícola outras funções, apostou-se na inovação e multifuncionalidade dos espaços rurais.”

As PAC (Políticas Agrícolas Comuns) surgiram em 1958 com pretensão de melhorar os rendimentos agrícolas e a sua produtividade. Deste modo, “A PAC foi criada na sequência do Tratado de Roma (criação da CEE, 1957), tem a preocupação de aumentar a

produtividade, assegurar um nível de vida equilibrado à população, organizar os mercados e estabilizar os preços”. Cavaco, (2005) citado por Cardoso (2011, pág. 28)

Foi assim um contributo para o desenvolvimento do meio rural, da sua atividade principal económica, a agricultura. Em consonância, sabe-se que esta política viria a ter diversas modificações, como acontece nos anos 70, sendo que existia insuficiência de abranger todos os territórios da melhor forma, o que segundo o autor, “dada a insuficiência desta política, a partir, da década de 70, constatou-se que existem desigualdades e desequilíbrios económicos nos vários territórios da CE (Comunidade Europeia), este era o grande entrave” (Diniz, (1999) citado por Cardoso (2011, pág.28).

Em paralelo, Figueiredo, (1999) citado por Cardoso (2011, pág. 29):

“tornou-se evidente o aumento da preocupação da Comunidade com a problemática do mundo rural, tendo por base os princípios orientadores e a necessidade de um desenvolvimento integrado e o aumento da cooperação e envolvimento dos agentes locais. Com base nestes princípios foram definidas políticas e instrumentos que pretendem garantir a disponibilidade de recursos para o desenvolvimento socioeconómico, a viabilidade do sector agrícola, a diversificação das atividades não agrícolas e a salvaguarda dos recursos naturais e do ambiente.”

Noutro campo, os habitantes de meios rurais começaram a deslocar-se para áreas diferenciadas das rurais em busca de melhores condições de vida, o que leva ao abandono do espaço rural e ao aparecimento de novas medidas de (re)aproveitamento do território. Logo, o turismo apareceu para se afirmar em áreas rurais, no qual começou a dar entrada turistas, o que gerou o repovoamento do lugar em si. Quanto ao programa LEADER é de igual forma um apoio ao desenvolvimento agrícola, com a imposição de medidas que à partida dão fiabilidade ao setor agrícola. Contudo, o programa LEADER foi criado mais tarde em 1991, com finalidades semelhantes ao PAC (Política Agrícola Comum). Ambos demonstram ter sido uma forma tentada de melhorar o desenvolvimento rural de áreas onde existe precariedade económica. Sendo, que a agricultura teria de evoluir, passando de apenas de um setor familiar para ser um setor e mercado comercial de fundição e rendimento financeiro. Ainda sobre o conceito e programa LEADER I e II, entende-se que este teve impacto sobretudo no desenvolvimento de projetos, no apoio à sustentabilidade do território rural, daí a sua inclusão em áreas onde existe prevalências económicas. Anteriormente ao programa LEADER era criado o programa FEDER em

1975, (Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional), que tinha o objetivo de corrigir os principais desequilíbrios regionais, resultantes do predomínio agrícola e de mutações industriais e do subemprego | 10 | (Art. 130-A).

Portanto, o mundo rural ocupa uma situação geográfica própria, com definições características do lugar, o que leva a considerar este mundo rural como um mundo diferenciado e prioritário que detém características únicas e com potencialidade para crescer em larga escala, verificando-se que esse crescimento seja medido ou desmedido por oportunidades de fidelização de medidas como as PAC.

Atualmente, as PAC revêm programas de desenvolvimento territorial, fundidas em pressupostos que são assim determinantes para a mesma. As PAC, têm como objetivo desenvolver estratégias de desenvolvimento do rural a longo prazo com o propósito de se estabelecerem como políticas de integração económica e social para os diferentes territórios. As PAC são então políticas agrícolas que pretendem desenvolver o território de maneira equilibrada, sem contestar as negatividades que podem ser apresentadas através de objetivos específicos. Portanto, estas PAC (Políticas Agrícolas Comuns), foram assim determinantes para o desenvolvimento do território, em que se busca perceber qual a relevância que estas apresentam para um setor em equilíbrio constante.

Portanto, sabe-se que a área rural representa cerca de 91% do território nacional, o que é uma taxa significativa para esta, sendo que é importante elaborar estratégias de desenvolvimento espacial que sejam coerentes e que se desenvolvam equilibradamente. Porém, o turismo abrange uma percentagem contributiva do PIB.

Neste entendimento, estas medidas de desenvolvimento espacial rural entraram em vigor em anos transatos, mas ao longo dos anos foram modificando até que mais recentemente em 2016, estas medidas alteraram alguns dos seus objetivos em função de dar mais precisão, coesão e outros ao território. Essa precisão é determinada por objetivos que são apresentados na tabela seguinte:

Tabela 11. Objetivos gerais das PAC (Política agrícola comum)

PAC objetivos gerais atuais
Incrementar a produtividade agrícola;
Assegurar um nível de vida equitativo à população agrícola;

Garantir a segurança dos abastecimentos;
--

Assegurar os preços razoáveis aos consumidores.

Fonte: GPP (Gabinete de Planeamento Políticas e Administração Geral)

O objetivo de garantir o crescimento económico e social dos territórios, atribui capacidade aos lugares para receber o setor turístico, o qual se afigura como parte de uma estratégia de desenvolvimento equitativa para assegurar o incremento da atividade agrícola, como o turismo a integrar-se no território e, procurar através das especificidades do lugar construir atividades que melhorem e que sejam benéficas para o território e as suas potencialidades.

Maioritariamente, este país é constituído por uma área geográfica rural, o que leva a que políticas como estas detenham um papel determinante para que o espaço continue a estar equilibrado e não seja um lugar confinado ao crescimento desmedido. Os incêndios e outras consequências das causas naturais ou postas pelo homem em prática são denotados, o que leva a que estas sejam postas como elementos prioritários para o crescimento e desenvolvimento do turismo. O turismo apresenta características demográficas e sociais que são importantes para resolver alguns dos problemas dos territórios rurais, o que aplicado em junção com os territórios preparados por políticas de desenvolvimento territorial, causa maior dinamismo e efeito na economia e noutras dimensões. Perante isto, tende-se a perceber que a economia está a mudar e que essa mudança depende já do setor do turismo que tem evoluído em constante progressão, chegando a ser de um dos mais importantes setores económicos para os territórios. Contudo, o turismo não é apenas o território, são também recursos humanos. As políticas PAC em junção com as estratégias do turismo constituem um produto interessante para que se desenvolva equilibradamente. Neste sentido, as políticas são importantes para este dinamismo e contêm formas de superar os valores dos territórios que por vezes podem ser esquecidos para fins lúdicos ou recreativos. O mundo rural prevê já que o futuro passe pelo turismo e agricultura, duas áreas completamente distintas, mas com objetivos semelhantes, o de assegurar o bem-estar das populações, dos territórios, da economia e de outros fatores que são determinantes para este.

O mundo rural é designado como um mundo com potencialidade para crescer, o que significa que este mundo rural é envolvido por parques naturais, reservas naturais, bem

como em áreas protegidas, sendo que a sua dimensão de recursos naturais é elevada, o que passa então por uma adoção de estratégias de visem contribuir para o desenvolvimento local.

Contudo, os parques naturais, para o ICNF, são designados como “uma área que contenha predominantemente ecossistemas naturais ou seminaturais, onde a preservação da biodiversidade a longo prazo possa depender de atividade humana, assegurando um fluxo sustentável de produtos naturais e de serviços.” (ICNF, 2019). Em Portugal existem 13 parques naturais espalhados por diversas áreas do país, entre as quais se verificam os seguintes Parques Naturais: Montesinho; Douro Internacional; Litoral Norte; Alvão; Serra da Estrela; Tejo Internacional; Serras de Aire e Candeeiros; São Mamede; Sintra-Cascais; Arrábida; Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina; Vale do Guadiana; e Ria Formosa.

Situando-se em áreas protegidas, em que o principal fundamento é a conservação da natureza e de todos os valores naturais inseridos dentro delas, é positivo para o mundo rural, o que facilita a reintrodução de estratégias de desenvolvimento local. Hoje, em termos de proteção de meio ambiente, existe uma vasta rede de ações locais, que visam dar contributo para o desenvolvimento espacial, através de um planeamento ou de proteção e valorização do território, fomentando a reinserção de estratégias de desenvolvimento.

A evolução do mundo rural é notória ao longo dos anos, denotando-se que durante longos períodos dos anos o seu crescimento é exponencial, sobretudo na parte de criação de riqueza. Isto pode ficar a dever-se às políticas e estratégias de desenvolvimento territorial implementadas para melhorar a atividade agrícola. O gráfico apresentado demonstra esse crescimento de receitas ao longo de décadas do setor da agricultura em meio rural.

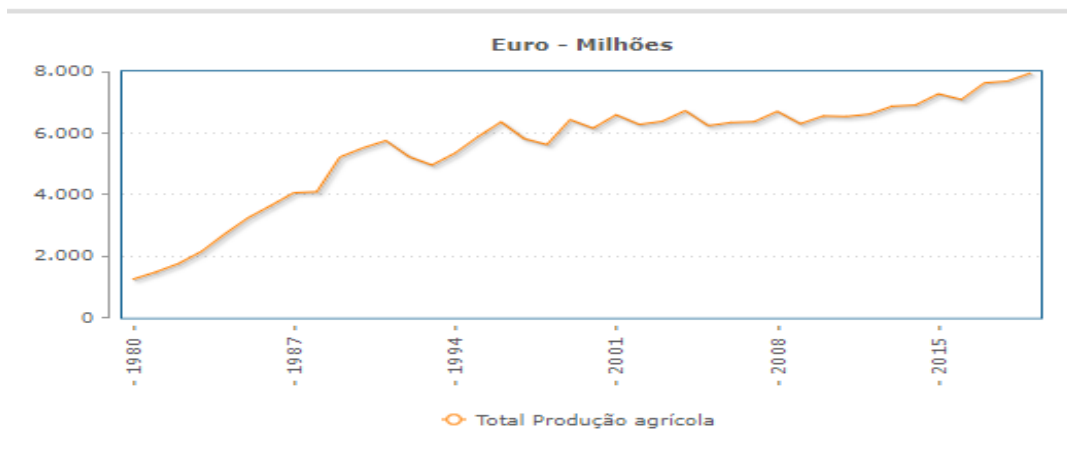


Figura 19. Valor da produção agrícola: total

Fonte: Pordata (2020)

Apesar de haver elevados rendimentos da atividade agrícola e esta representar um forte impacto económico a nível nacional, denota-se que a mão de obra, pelo contrário, está em decréscimo como se verifica no gráfico seguinte:

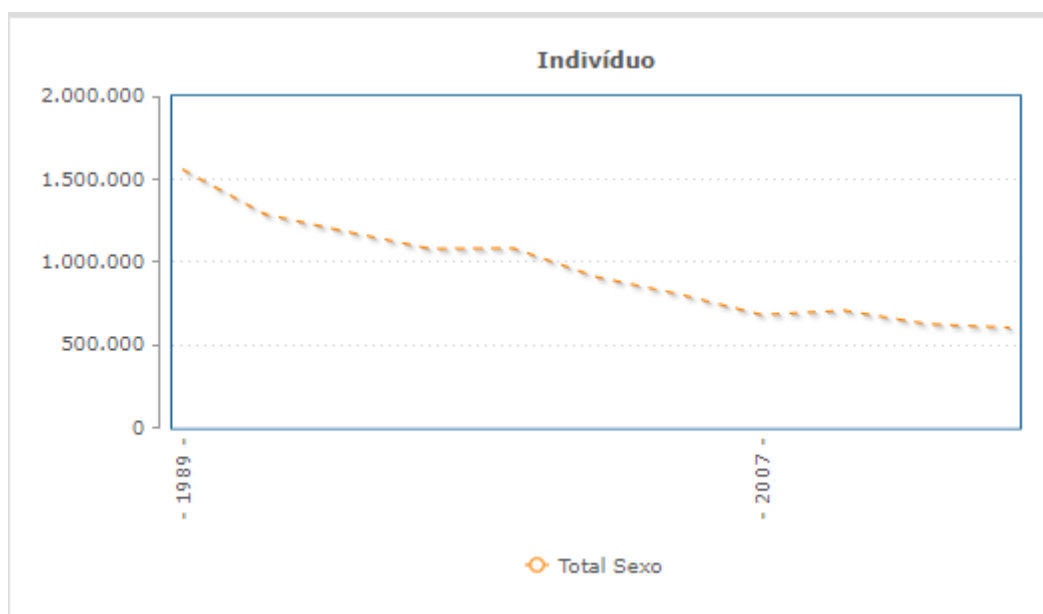


Figura 20. Mão de obra total: Agricultura

Fonte: Pordata (2020)

O gráfico 20, demonstra que a mão de obra vem a decrescer. Este explica ainda o total de empregados no setor agrícola, que vem decrescendo drasticamente, sendo que a sua redução é notada significativamente.

Anos	Total
1989	1.560.990
1993	1.289.332
1995	1.182.767
1997	1.080.967
1999	1.083.838
2003	911.322
2005	806.847
2007	682.292
2009	708.076
2013	626.393
2016	604.511

Figura 21. Mão de obra (tabela completa): agricultura

Fonte: Fonte: Pordata (2020)

Verifica-se que entre o ano de 1989 e 2016, a queda foi de 1 milhão de trabalhadores de ambos os sexos. Isto quer dizer que a indústria agrícola está mais mecanizada e menos produtiva manualmente, o que reduz significativamente o número de trabalhadores ao longo dos tempos.

4.2 Atividades em mundo rural

O mundo rural apresenta um conjunto de potencialidades que podem ser incluídas em atividades de sobrevivência construídas pelo Homem ao longo dos tempos, originando assim uma cultura social que identifica este território e este meio, no qual permite com que o mundo rural seja conhecido e percebido como um lugar equilibrado e distinto como um espaço diferenciado. Para a autora Cardoso (2011 p.26), “o aumento da frequência dos espaços rurais por populações urbanas ou não locais inscreve-se nos movimentos e transformações sociais resultando na conceção e apropriação das áreas rurais como um bem de consumo e também como património.” Contudo, ainda para Cardoso (2011 p.13), “O espaço rural deixa de ter a função exclusiva de produção agro-silvo-pastoril, para adquirir uma representação simbólica e lúdica imposta pelos urbanos”.

As atividades são essenciais para o desenvolvimento económico e social, apesar de durante anos servirem como principal meio de sustento e atualmente serem de comercialização. A deslocação do homem para outros lugares leva a que os abandonos das práticas realizadas em mundo rural sejam desvanecidos, ou seja, Reis e Lima (1998, pág. 21)

“as áreas rurais adquirem assim, novas dimensões e novos valores na sua conceção, nomeadamente como espaços de recreio e lazer, como espaços de reserva de recursos e bens ambientais e também como espaços de memória e herança cultural. Estas funções ganharam importância sobretudo com a evolução das 54 sociedades urbano-industriais e com as consequências prejudiciais em termos de poluição, stress e até deterioração da qualidade de vida”.

As atividades são essenciais para o desenvolvimento económico e social do território, atualmente em decadência, sobretudo as que são realizadas para domínio de consumo próprio. As atividades de mundo rural se destinam principalmente para comercialização e exportação como haveria referido anteriormente, o que os valores do território ficam para que se desenvolva uma nova consciência política e social dos territórios vistos dos diferentes pressupostos turísticos e de outros setores, o que acarreta benefícios para determinados espaços e para o desenvolvimento económico das áreas onde existe maior dificuldade em se desenvolver. As atividades de mundo rural são diferentes das de mundo urbano, em que para haver atividades de turismo deve sobretudo haver uma ligação aos valores espaciais dos diferentes territórios, para que assim haja mais equidade para o desenvolvimento do turismo. Em consonância, “o turismo significa também habitar temporariamente outros lugares, desenvolver relações com estes lugares, através de vivências, que estão ligadas com a aprendizagem dos lugares e entrando no modo de vida local Cavaco (1999 pág. 100).” Os turistas são o principal foco para a novas práticas implementadas no mundo rural, em que o turismo ganha posição em territórios precários, ou seja, para Ribeiro, (2003) citado por Pires (2015, pág.13) “o turismo tem vindo a ser aproveitado como a “porta de saída” para o desenvolvimento socioeconómico de vastas regiões deprimidas”.

Caldas, (2003) citado por Pires (2015, pág.14), “o Turismo aparece efetivamente, como uma oportunidades de uso alternativo dos espaços rurais e naturais, numa perspectiva de multifuncionalidade que caracteriza atualmente os territórios.”

A animação turística é um subproduto do turismo que cria atividades que recriem os turistas, os motive a participar. O turismo como sendo um setor que é aplicado em áreas rurais revê na animação uma maneira de completar as suas práticas. Contudo, a sua essência é reaproveitada por turistas, que se deslocam a estes lugares em função de conhecer o que se faz na agricultura, qual a experiência de ser agricultor. A agricultura foi a principal atividade económica, o que agora está em segundo plano, sendo ultrapassada pela atividade turística. Esta indústria propõe diversos produtos para um espaço rural, como por exemplo o turismo em espaço rural. Para Pires (2015, pág.14), “numa perspetiva do desenvolvimento rural, o turismo no espaço rural é uma das atividades melhor colocadas para assegurar a revitalização do tecido económico rural, sendo tanto mais forte, quanto conseguir endogeneizar os recursos, a história, as tradições e a cultura de cada região.”

No entanto, o espaço rural deixa de ser um espaço meramente agrário para se transformar num espaço de consumo. A sociedade alterou os seus comportamentos sociais, fruto de diversos elementos, o que gera uma mudança no consumo e na deslocação dos turistas. Contudo, os espaços turísticos são o principal meio para que os turistas obtenham e desfrutem do tempo de lazer, o que as atividades apoiadas no mundo rural aparecem como uma solução equilibrada para esse fator.

Outros produtos surgem no mundo rural, incluindo a modalidade de turismo agrário que, segundo o autor, o agroturismo, assume-se como um tipo de turismo desenvolvido em explorações agrícolas, traduzindo-se num rendimento complementar da atividade agrária Phillip et al., (2010); Fleischer e Tchetchik, (2005). Um exemplo do reaproveitamento da atividade agrícola. Neste pressuposto, entende-se que as atividades do mundo rural se apresentam como especificidades ligadas ao território, memórias ancestrais que emergem sobre aquilo que foi a vida de pessoas do campo e que hoje está em decadência ou sendo aproveitado para o desenvolvimento turístico. As especificidades são traduzidas por paisagens, monumentos culturais e naturais, que podem ser enquadrados nas atividades do mundo rural. As principais atividades estabelecem-se como o turismo e a atividade agrícola, sendo que as atividades pormenorizadas são ligadas a ambos os setores. Estas atividades devem ser planeadas de maneira equilibrada, para que o território mantenha a sua estabilidade ambiental, cultural e social, e da mesma forma satisfaça as necessidades da procura turística, tendo em conta que para Barros (2004, pág. 62):

“as atividades turísticas não devem ser incrementadas de forma desarticulada, existe a necessidade de planejar, de se encontrarem objetivos considerados como mais vantajosos e as estratégias mais adequadas. Isto é, procurar respostas que satisfaçam os interesses dos turistas, de acordo com o potencial turístico e os recursos existentes e sem degradar o ambiente nem afetar, direta ou indiretamente as populações locais”.

Já para o autor Pires (2015 pág.24):

“as novas modalidades de turismo relacionadas com espaços rurais assumem um crescimento considerável, dando uma resposta aos setores culturalmente mais exigentes como alternativa ao turismo de massas. Por outro lado, o crescente abandono do meio rural e da agricultura, as atividades associadas ao turismo podem constituir um elemento importante para o desenvolvimento destes espaços.”

O património é um conceito determinante para que o turismo cresça enquanto setor isto porque, transformar os recursos em património é tarefa que gera repovoamento.

Deste modo, os aspetos ancestrais trazem memórias, tradições, que forma abrangente por residentes nestes espaços. Logo, este tipo de património inclui-se sobretudo no mundo rural e nas atividades que são realizadas no espaço.

Neste propósito, o mundo rural e as atividades são algo que é produzido a fim de satisfazer as necessidades da procura turística, da população local e dos residentes nestes próprios lugares. Existem ferramentas que podem conceber esses objetivos, como é o caso da animação que se estabelece como um fator que completa as atividades em mundo rural. Sendo o turismo um setor agregador, o seu subsector de animação define-se como instrumento de recreação do espaço. O mundo rural é um mundo de características próprias, sendo que lhe pode ser atribuída diversas atividades de turismo. Deste modo os caminhos pedestres, os trilhos, birdwacting, visitas a valores geológicos, observação de paisagens, são alguns dos elementos que podem ser realizados no turismo rural no global.

Sendo um tipo de turismo alargado a diversos campos, verifica-se que apesar de estar localizado na área rural, a globalização tem influência na forma como a procura se desloca para este lugar, verificando-se uma multiculturalidade e uma reunião de motivações no turista. O turista é consciente e informado, enquanto que a oferta é variada por um turismo que se consegue desdobrar em diferentes produtos turísticos inseridos no meio.

Caldas, (2003) citado por Pires, (2015, pág. 14) “o turismo aparece efetivamente, como uma oportunidade de uso alternativo dos espaços rurais e naturais, numa perspectiva de multifuncionalidade que caracteriza atualmente os territórios”.

As atividades do município de Seia, são atividades de pequeno porte ligadas ao rural e destas ligadas também ao endógeno. Os recursos naturais e culturais são a principal fonte de criação de atividades de animação turística. A feitura do pão é outra atividade que inclui património cultural, natural, tradições, memórias e acaba por dar experiência ao turista para se descobrir, de aprender novos métodos e conhecimentos.

Neste pressuposto, existem diversos tipos de atividades que são consideradas como de animação e que se podem realizar em áreas rurais. Portanto, as empresas de animação turística têm como principal ação, a organização e venda de atividades recreativas, desportivas e culturais, com interesse turístico para a região em que se desenvolvem. Deste modo, as empresas estão autorizadas a desenvolver atividades acessórias como por exemplo a organização do campo de férias e congressos, visitas a museus e monumentos históricos, aluguer de equipamento de animação e outras funções.

Segundo a legislação, decreto de lei 109/2009, o tipo de atividades que sejam realizar na zona do sistema de áreas integradas no sistema nacional de áreas classificadas, são denominadas por atividades de turismo de natureza e compete ao ICNF determinar a possibilidade da realização deste tipo de atividades de turismo. O mundo rural é uma área com prevalência de crescimento sustentado, tendo capacidade máxima limitada, que o turismo por si só.

As atividades agrícolas são as principais atividades deste tipo de territórios, sendo que enquadram expectativas e desenvolvem estratégias de reintegração dos valores dos espaços, o que desmistifica a oferta e a procura. Neste sentido, as atividades em mundo rural, cingem-se sobretudo à agricultura que é a área fulcral do desenvolvimento económico e espacial do território, no qual são vistos como uma importante área de desenvolvimento turístico ou espacial. Contudo, o turismo abrange oportunidades de desenvolvimento espacial, o que carece de reintegração dos valores endógenos do lugar, abrangendo oportunidades de desenvolvimento económico e social para múltiplos territórios. As atividades agrícolas são consideradas oportunidades para que o turismo cresça e se desenvolva equilibradamente, perante um mercado cada vez mais segmentado e menos equilibrado. A economia está em crescimento por via do setor turístico e de

outros elementos que são considerados como uma maneira estratégica de desenvolvimento, abrangendo oportunidades de estabilização económica e social para destinos. Para os autores Martins e Morais (2016, pág.85), “o turismo é uma atividade económica extremamente importante, podendo desempenhar um papel decisivo em termos de desenvolvimento de determinadas regiões, onde, por vezes, existem poucas alternativas para alcançar esse objetivo.”

O desequilíbrio da economia deve-se ao avanço de economias emergentes como é o caso do turismo e a quebra de outros setores, o que leva a considerar este como uma forma de turismo ativo. Essa emergência do turismo faz com que surjam cada vez mais atividades em mundo rural, como é o caso do artesanato, a transumância, a agricultura e outras atividades associadas ao mesmo, o que obriga a que estas atividades sejam revitalizadas e ao mesmo tempo tenham consciência de que o turismo tem evoluído com equidade e oportunismo.

Neste pressuposto, as atividades que se podem realizar são a agricultura, que no município de Seia é conhecida como uma atividade que se destaca das outras, isto porque, abrange grande parte do território.

Este concelho é abundante em agricultura, em transumância, em que apesar de atualmente estar em recessão, em anos transatos designava-se como um dos principais meios de subsistência. Esta subsistência deu origem a monumentos naturais como são os socalcos de loriga, que constroem uma paisagem construída pelo homem e, que agora é vista como uma forma de desenvolvimento turístico. A agricultura era produzida em terrenos férteis, onde passavam as águas que davam consistência aos terrenos, mas que agora já não são vistas com esse propósito. A atividade agrícola em anos transatos era uma atividade que se designava como fundamental para o desenvolvimento económico e social, mas que agora se encontra em recessão. Esta atividade tem várias ramificações, ou seja, integra-se numa ótica em que através dela constituem outras atividades, como a feitura do pão, em que falando do caso de Loriga, Seia, se verifica que um exemplo desta ramificação é a feitura da broa de loriga que é um produto endógeno que começa a ser criado por via da atividade agrícola, como o cultivo do milho, a sua moagem em moinhos tradicionais e a sua feitura em fornos a lenha. Isto, é uma das muitas atividades que são desenvolvidas e que hoje são considerados como produtos endógenos conhecidos a nível nacional.

Loriga é uma vila histórica do município de Seia, localizada nas proximidades da Serra da Estrela, com acesso direto a este lugar e, em paralelo detém diversos recursos naturais e culturais associados a ela, entre os quais se verificam as longas paisagens, a gastronomia, as gentes e toda a envolvência que traduz a beleza desta vila. Atualmente a sua situação agrícola está em decadência, apenas sobrevivendo alguns dos monumentos que são as memórias que vieram dos recursos do passado. Porém, o turismo é uma área que está cercada por diversos recursos entre os quais os naturais e os culturais.

De maneira explícita indicam-se abaixo na tabela algumas das atividades rurais que podem ser feitas sobretudo no município de Seia, e no global no mundo rural.

Tabela 12. Atividades em mundo rural

Atividades em mundo rural
Setor Agrícola
Feitura da broa
Cultivos em socalcos
Transumância
Artesanato
Setor do Turismo
Subsetor de Animação turística
Turismo rural
Turismo cultural
Turismo de natureza/ ecoturismo

Fonte: Elaboração Própria

Portanto, estas são algumas das atividades que se desenvolvem em áreas rurais e que através delas colocam outros setores que se juntam a este tipo de atividade com o propósito de criar maior número de atividades para que o território não se desvaneça e não se desintegre ou perca a sua própria identidade territorial. O turismo é uma das soluções para colmatar a falta de iniciativas que possibilitem manter o património do espaço, sendo que as atividades apresentadas na tabela, são atividades que deixam património cultural material e imaterial no território, após o abandono da sua população, o que deve ser mantido e preservado para que não tenha consequências para a cultura local, verificando-se que as atividades de artesanato, transumância, cultivos em socalcos e outras não se percam no tempo e espaço. Deste modo, estas atividades são realizadas

em mundo rural com esse fim de recrear e dar a conhecer o património, isto numa ótica e perspectiva turística, sendo que se for noutra vertente a animação é diferenciada de outros setores que apresentam características diferenciadas daquelas a que estão habituados a praticar.

As atividades de mundo rural são ainda caracterizadas por valores endógenos locais do território que são buscados pelo homem e transformados em atividades ligadas às especificidades do próprio lugar, em que se enquadram especificidades como a situação geográfica e a dimensão do espaço, gerando assim outras dimensões como a cultural e a social. O mundo rural tem o propósito de dar maior conformidade e desenvolvimento ao espaço que necessita deste para se desenvolver. Portanto, as atividades de mundo rural do município são especificadas por elementos endógenos do concelho, atrações que são transformadas em lúdico, o que acaba por ser um reaproveitamento dos elementos existentes e assim gerado um misto de atividades que se repartem entre a agricultura e o turismo, que são os dois principais motores económicos da região em causa.

4.2.1 Atividades de animação turística em mundo rural

Para Chaves e Mesalles (2001 p.46), a animação turística é “O conjunto de ações e técnicas estudadas e realizadas com o sentido de motivar, promover e facilitar uma maior e mais ativa participação do turista no desfrutar e aproveitamento do seu tempo turístico, a todos os níveis e dimensões. A animação turística exige especial atenção para as relações humanas, a dinâmica de grupos e a convivência, colocando acima de tudo o desenvolvimento de uma ação coerente de motivação levando a um interesse por parte do turista a participar na atividade”. Deste modo, para Almeida, (2003 pág.67):

“A animação turística serve como base sustentável ao desenvolvimento de uma região, de uma instituição pública ou privada, na divulgação e afirmação de uma identidade cultural, na fixação de saberes e tradições, no desenvolvimento social das comunidades que visitam e são visitadas.”

A animação turística é então um subsetor do turismo que acarreta benefícios socioeconómicos para um determinado espaço, caso seja aplicada de maneira equilibrada. Animação turística como já vista anteriormente pode ser estabelecida como uma ferramenta de desenvolvimento das potencialidades do espaço. Aplicada ao mundo rural

esta pode estabelecer-se como um apoio para o crescimento deste meio. Chaves e Mesalles (2001 pág.38), as principais características da animação turística são a atração, onde a animação turística deve saber chamar a atenção das pessoas, despertando a sua curiosidade, levando a um desejo de participar naquilo que está a oferecer; a adequação, devendo ter estratégias e objetivos definidos e estar direcionada ao tipo de cliente que procura atrair; oportunidade, de forma a gerar satisfação deve acontecer em momentos oportunos, estudados e programados e por fim a diversificação, devendo ser eficaz e dinâmico, evitando a monotonia ou a repetição. Desta forma, a animação traduz-se como um instrumento que reequilibra o espaço, dando-lhe notoriedade e oportunidade de desenvolvimento, isto porque tem características que permitem com que o território cresça enquanto lugar turístico sustentável. Neste sentido, para Alves e Ferreira, (2009 p.4):

“a animação é, de forma crescente, considerada um elemento determinante da procura turística, captando novos fluxos para as regiões/destinos, uns já “turistificados”, mas em busca de fatores de revitalização, outros ainda em situação de periferia face às dinâmicas de desenvolvimento do turismo.”

Ainda para os mesmos autores, entende-se que “se, em relação aos primeiros, o que está em causa é assegurar novos elementos de diferenciação e competitividade num mercado global mas onde a infra-estrutura turística é já pré existente, noutros espaços, de periferia turística, a animação – largamente associada à realização de actividades outdoor de lazer activo – constitui o elemento nuclear das dinâmicas turísticas locais. Deste modo, Pelo que a animação aplicada a este espaço é uma oportunidade de desenvolvimento. Já para, Francisco Pires, (2015, p.27):

“os produtos agrícolas e a sua transformação, são encarados como fator potenciador do desenvolvimento agrícola e rural. Estes produtos são vistos como fundamentais no ordenamento do espaço rural, na preservação da paisagem e conservação da natureza, e na luta contra o despovoamento e a desertificação dos territórios rurais nas regiões mais desfavorecidas.”

A agricultura era a principal atividade económica na primeira metade do século XX, mas com o tempo deixa de o ser, passando outros setores a utilizarem esta atividade com o propósito de revitaliza-la, como é o caso do turismo em espaço rural.

O mundo rural é um território delimitado, geograficamente, com oportunidades de desenvolvimento turístico, porque os seus recursos endógenos permitem aplicar

atividades de animação que complementem a oferta turística do território e lhe conferem maior estabilidade no setor turístico. A animação enquanto subsector do turismo permite abranger este tipo de mundo, dando-lhe assim maior relevância enquanto área rural e permite com que os setores de agricultura e turismo avancem sem precedentes.

A animação que segundo a Fundação para o Desenvolvimento Cultural, FDC (1973 pág. 29), “pode definir-se como estímulo mental, físico e emotivo que, num setor determinado, incita as pessoas a iniciar uma gama de experiências que lhes permita expandir-se e exprimir a sua personalidade, e desenvolver nelas o sentimento de pertença a uma comunidade, sobre a qual podem exercer certa influência”, e mundo rural atravessam um momento positivo, em que apesar do seu abandono por parte da população residente para áreas diferenciadas desta, este mundo acarreta oportunistas para se desenvolver enquanto pressuposto da animação, no qual são criadas diversas empresas ao nível nacional e internacional que dão a este conceito maior precisão e, valorização intrínseca dos seus recursos endógenos.

O rural é uma área composta de apoios que permitem reforçar o território, dando-lhe maior capacidade de crescimento em parceria com outros setores económicos. O caso da agricultura é o mais evidente para que estes apoios permitam o seu crescimento, mas, contudo, o turismo surge como um setor que necessita da agricultura para se tornar mais completo, e que as suas atividades não se percam no tempo e espaço. Assim reinventar as práticas agrícolas é fundamental para que também o turismo se possa desenvolver. Isto porque a agricultura não representa atualmente uma solução forte para o desenvolvimento rural, sendo necessário outras estratégias que permitam esse crescimento equilibrado do espaço. Deste jeito, como é referido pela Comissão Europeia (1998) citada por Cardoso (2011, pág.24):

“A agricultura deixa de ser o sector que suporta a economia rural, para passar a ser a economia rural que fornece as bases de suporte da agricultura. Com o seu declínio tornou-se necessário procurar alternativas noutras atividades económicas, visto que hoje a atividade agrícola por si só não apresenta soluções de desenvolvimento rural, é necessário potencializar a própria agricultura em que se devem implementar medidas para diversificar as atividades económicas”.

Sendo um conceito abrangente, denota-se que a aposta na animação para melhorar as condições dos meios rurais é uma das formas mais importantes de desenvolver um espaço

e, de lhe atribuir notoriedade, promoção e proteção. Em consonância, percebe-se que a animação implica um conjunto de três processos Jacob (2007): o primeiro diz respeito ao criar de condições, onde todos os indivíduos do grupo têm a hipótese de se revelar a si mesmo, criando um processo de revelação; o segundo diz respeito a um processo de relacionamento onde os indivíduos do grupo relacionam se entre si, seja através do diálogo, da concertação ou através do conflito. O último processo diz respeito à criatividade onde os grupos questionam o seu desenvolvimento, a sua capacidade de expressão, iniciativa e responsabilidade.

Logo, a animação é um subsetor turístico, que aplicado aos territórios rurais configura-se como uma importante oportunidade de desenvolvimento. Pode ser caracterizada como um chamariz para a procura turística, que hoje tem motivações sobretudo de recreação e desenvolvimento endógeno. Ribeiro e Marques, (1999 p.25):

“o desenvolvimento do mundo rural surge muito ligado á diversificação da economia, tal diversificação tende a consolidar o espaço rural não como um fornecedor de matérias primas, mas como um espaço multifuncional. Assim, o turismo situar-se-à entre as atividades previstas nas políticas de desenvolvimento rural, e este tem sido convertido por políticos, técnicos e académicos como uma receita prioritária para inverter as tendências negativas observadas nas áreas rurais.”

Portanto, o turista é um indivíduo com necessidades biológicas e recreativas, o que ambas as precisões podem ser colmatadas com o território rural, em que existe grande diversidade de fatores que interessam para satisfazer a procura. Como se sabe o mundo urbano detém um tipo de procura que prefere os grandes centros, o que neste caso o facto de haver uma procura cada vez mais segmentada torna a que o mundo rural se defina como importante para um determinado grupo de fluxos turísticos. Em paralelo, pela sustentabilidade turística leva a que a animação é também considerada como um fator decisivo na escolha e permanência da procura, pelas especificidades locais turísticas e se preserve o espaço. Neste pressuposto, a motivação é uma questão psicológica que pode ser definida de múltiplas maneiras, o que neste caso pode estabelecida por um esquema:

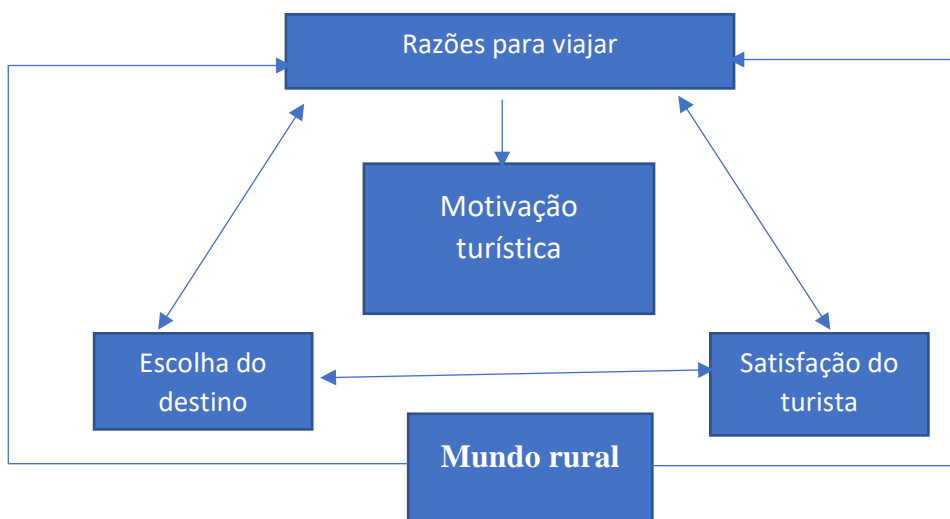


Figura 22. Esquema acerca da motivação turística e mundo rural

Fonte: Elaboração própria

Este esquema corresponde à importância que a motivação tem na escolha do destino. Entende-se como sendo uma força psicológica que leva o turista a agir em detrimento de algo, o que neste caso aparece no centro do esquema, porque é o que faz mover todo o resto, isto é, as razões para viajar, a escolha dos destinos, a satisfação dos turistas, e o mundo rural que é o caso de estudo.

Portanto, a motivação no turismo é considerada como uma motivação sem retorno material, ou monetária, sendo que para este autor, O turista investe em viagens de lazer sem perspectiva de retorno económico ou material, mas sim na expectativa de uma satisfação intangível, prevendo os resultados esperados Gnoth (1997, p.26).

Portanto, o mundo rural é motivado pela animação turística para crescer e para se tornar numa marca que atraia procura e desenvolva o território de forma sustentável. Sabe-se que deve haver sustentabilidade para que o espaço cresça e se mantenha em crescimento turístico. Existem produtos que podem ser incluídos na animação turística, tais como os produtos de turismo de natureza, turismo rural e outros, o que se desenvolve uma tipologia de oferta diferenciada daquela a que estamos habituados.

Animação e o mundo rural são duas áreas diferenciadas, mas que se unem quando ocorre a aplicação de uma estratégia de desenvolvimento local. As empresas de animação turística ou serviços de alojamento com atividades de animação aplicadas ao mundo rural detêm características de sustentabilidade, em que são preservados recursos endógenos e

mantidos para o uso lúdico e não só, o que são considerados como atos que têm a intenção de fazer progredir um determinado espaço nas suas dimensões.

Neste sentido, a animação é uma arte de recrear e divertir quem se desloca para um determinado espaço, o que se for aplicada em mundo rural torna-se num conceito inovador e diferenciado. A procura turística e o mundo rural unem-se através do turismo que é o principal responsável por esta ligação entre o rural e animação turística. A animação aparece no mundo rural para tornar este espaço mais sustentável, mais equilibrado e com maior panaceia de desenvolvimento, em que pelas suas virtudes este subsector turístico enquadra-se em harmonia nas motivações da procura turística, no qual detém prioridades para o desenvolvimento local. Portanto, a animação designa-se como um subsector do turismo, em que acarreta benefícios económicos e sociais que se desmistificam e geram oportunidades de desenvolvimento turístico, mais concretamente para áreas rurais. É então conhecido que animação é o principal foco de desenvolvimento turístico em áreas onde se verifica alguma dificuldade turística e que detém prioridades para o desenvolvimento do mesmo. A animação é um fator de consumo que detém qualidade para se desenvolver num mercado cada vez mais segmentado, exigente e com novas motivações em aspirar a um determinado produto turístico, o que gera interesse em que este setor se desenvolva equilibradamente, com o propósito de se analisar a importância que o turismo tem no mundo rural.

A animação serve como base de complemento dos produtos turísticos, inseridos em áreas rurais, dando assim maior número de escolhas para que o turista possa deslocar-se para uma área rural e consiga divertir-se, dando maior produtividade aos produtos de maneira sustentável. Apresentam-se algumas das atividades que são feitas em mundo rural, no qual se podem caracterizar como algumas das principais atividades económicas e sociais, o que não descora de oportunidades de desenvolvimento económico. Para haver maior desenvolvimento económico e social deve sobretudo haver planeamento capaz de dar resposta a estes procedimentos turísticos, de melhorar a situação atual do turismo e conferir um sentido de oportunidade para que o setor cresça e melhore, tornando-se mais evolutivo e mais equilibrado. Verifica-se que existem algumas atividades que são feitas em animação em mundo rural com o propósito de dar maior vitalidade e por outro lado melhorar o rendimento do setor turístico da região. Para além disso é ainda pretendido melhorar as condições de vida das populações locais e melhorar o reaproveitamento dos recursos endógenos dos territórios, o que causa alguma frustração no desenvolvimento

espacial dos diferentes lugares, tendo em consideração que a animação é um conceito em que se verifica alguma dificuldade em fazer crescer tal facto. Apresentam-se algumas das estratégias caracterizadas por atividades que se realizam no concelho de Seia, que além dos vinhos, como o aproveitamento dos recursos endógenos culturais e naturais, como a pastorícia: em que o turista consegue por via da animação experienciar o obter contacto, com os recursos locais.

As atividades de animação que podem ser realizadas em mundo rural apresentam-se nos quadros abaixo com objetivo de demonstrar a quantidade de atividades que podem ser desenvolvidas a partir de territórios rurais com a ajuda da animação turística:

Tabela 13. Atividades de animação turística

Agricultura
Colheita de frutos vermelhos
Vindima, com o fabrico artesanal do vinho
Fabrico artesanal do pão
Ordenha e fabrico do queijo
Alimentação dos animais
Pastoreio e outras atividades análogas
Passeios de trator, com provas guiadas
Passeios de burro ou carroça com respetivos ornamentos
Visitas guiadas, turísticas ou educativas, aos produtos cultivados

Gastronomia
Preparar e confeccionar a sua própria refeição tradicional
Possibilidade de confeccionar receitas próprias dos turistas
Aprender o fabrico de doces, compotas, geleias e bolos regionais
Participar na arte do fabrico de fumados e enchidos
Apanhar e preparar frutos secos
Aprender o fabrico de vinhos e licores, com respetiva prova
Concursos gastronómicos

Promoção dos produtos naturais e ecologicamente produzidos e tratados na região

Artesanato

Visitar lojas e centros de artesanato
Participar no fabrico artesanal de alguns objetos
Experimentar equipamentos artesanais
Visitar indústrias domésticas tradicionais
Pintar as paisagens da região
Participar nas feiras e exposições nas regiões
Receber um brinde de oferta

Folclore

Participar em jantares temáticos, alusivos à região com decoração, gastronomia e animação a condizer
Participar em romarias e festas regionais
Poder utilizar trajes típicos da região
Participar em torneiros de jogos tradicionais: malha, galo, cartas
Ouvir o contar de histórias à lareira
Ver as alfaias e peças antigas percebendo a sua funcionalidade
Aprender da arte de bordar ou tecer local...

Desportivas

Caça, pesca, ou outras em instalações adequadas
Equitação, tentas, passeios de charrete
Concursos de pesca

Fonte: Rodrigues (1997) e Almeida (2003)

Estas atividades são essenciais para o desenvolvimento turístico e para que a integração do mundo rural seja posta em prática, obtendo assim um contacto mais direto entre os turistas e os recursos, assegurando que os recursos não se percam com o tempo. Ainda para Francisco Pires (2015 pág.32) “o contributo que o turismo pode dar à superação dos graves problemas socioeconómicos, que pesam sobre o meio rural em especial em regiões

desfavorecidas é importante. Os espaços rurais têm vindo a ser progressivamente incorporados na categoria de espaços de turismo.”

Portanto, a animação é uma estratégia do turismo, que atrai turistas para um determinado espaço. Paralelamente, existem diversos tipos de procura turística que é caracterizada por buscar múltiplas atividades de desenvolvimento espacial, o que surgem como um produto turístico, estas práticas, diferenciadas daquele a que estávamos habituados a ver. Portanto, estas atividades de animação turística são atividades que caracterizam o setor enquanto fenómeno turístico, o que não descora de oportunidades de desenvolvimento económico e social para determinada área. Todavia, estabelece-se como prioritário o desenvolvimento de estratégias de integração económica e social, que prive pela valorização do território e que seja mais produtiva para a região. Contudo, entende-se que a animação é um subsetor do turismo, sendo que abarca benefícios para um território e, que gera essas oportunidades para o desenvolvimento.

4.3 Síntese

O presente capítulo pretendeu conceptualizar o conceito de mundo rural numa primeira fase e também perceber a relevância que a animação turística tem para esta área rural. Neste sentido, entende-se que o turismo tem sido adotado como uma estratégia impulsionadora do desenvolvimento económico, social, cultural e ambiental das áreas rurais, isto porque, apresenta características ligadas à proteção, promoção e preservação dos territórios quando aplicado devidamente. Também adaptado à animação turística, entende-se que o meio rural revê na animação uma maneira de revitalizar os seus recursos endógenos, em que através do lúdico se consegue de facto desenvolver uma estratégia de integração, conservação e diversão, bem como de promoção. Esta estratégia deve integrar os valores do espaço, para que através deles se desenvolva uma nova forma de reviver. Como exemplo verifica-se o caso da atividade agrícola ser uma atividade que está enraizada no mundo rural, em decrescimento e, que pode ser reaproveitada em jeito de animação, tornando-a lúdica. Portanto, por existir uma recreação da atividade, propondo-se que esta atividade se desenvolva e se transforme em atividade lúdica, enquanto aposta deste trabalho e deste capítulo, ou seja, o reaproveitamento dos valores locais para o desenvolvimento de atividades de animação turística. Neste sentido, a agricultura que até

então se caracterizava como uma das principais atividades económicas e sociais do mundo rural, aparece neste contexto como uma atividade que deixa de ser considerada como tal e passa a ser caracterizada para como de segundo plano, o que para Cardoso (2011 p.24) “a agricultura deixa de ser o sector que suporta a economia rural, para passar a ser a economia rural que fornece as bases de suporte da agricultura.” Isto traz o aparecimento de outras atividades que venham suportar a economia do mundo rural, como o turismo e a animação turística, em que através das suas atividades permite com que consiga de facto revitalizar as dimensões do espaço. Paralelamente, entende-se que o mundo rural necessita de apoio de políticas essenciais para o seu crescimento, face à quebra ao longo dos anos.

5. Enquadramento territorial: Município de Seia

5.1 Introdução

Este capítulo inclui o enquadramento geográfico do município de Seia. Portanto, o presente capítulo faz alusão ao desenvolvimento económico e social do território, às suas potencialidades como o património natural e cultural e, menciona ainda as infraestruturas de apoio ao turismo que existem neste território.

5.2 Enquadramento geográfico

Seia é um município localizado do distrito da Guarda, região centro de Portugal continental. Localiza-se na NUTS I Portugal e NUTS III Serra da Estrela e Beiras. Concomitantemente detém uma área de 436km, segundo fonte da Câmara Municipal de Seia, apresenta 21 freguesias no concelho. O município de Seia tem ainda como zonas limítrofes: a norte, os concelhos de Gouveia e Manteigas; a sul, Covilhã, Arganil e Oliveira do Hospital; a Este, Covilhã e Manteigas; e a Oeste, Nelas e Oliveira do Hospital.

Na tabela abaixo denota-se a situação demográfica de Seia, com a recessão populacional a transcender um decréscimo de 2000 habitantes em 8 anos, em com o aumento da população idosa. Quanto à população estrangeira também se denota um crescimento, o que traduz a falta de iniciativas de fixação de população jovem no concelho e a fixação de pessoas de outros países.



	2010	2018
<u>População</u>	24.930	22.577
<u>Idosos por cada 100 jovens</u>	214	281
<u>População estrangeira (%)</u>	1,2	1,4
<u>Valores médios de avaliação bancária dos alojamentos (€/m2)</u>	864,0	733,0
<u>Despesas da Câmara Municipal em cultura e desporto (%)</u>	18,3	14,3
<u>Desempregados inscritos nos centros de emprego</u>	1.650	773
<u>Saldo financeiro da C.M. (milhares €)</u>	914	3.100

Figura 23- Dados de Seia demográficos

Fonte: Pordata (2020)

Deste modo, atualmente denota-se que Seia é um município em desenvolvimento, com a criação de indústria, entre a qual se situa o turismo. Observa-se que o concelho de Seia é uma área que a nível populacional cresceu nas duas décadas transatas, mas que no momento atual está em recessão.

5.2 Património natural

Seia, enquanto lugar, localiza-se numa área com elevada diversidade de património em contexto de natureza, sendo considerada como uma área privilegiada, estando situada perto de um dos principais pontos de natureza a nível nacional: a Serra da Estrela. Portanto, a existência de património natural é uma constante e, com diversos tipos de recursos patrimoniais aproveitados para fins turísticos e para fins de consumo próprio.

Alguns do património inclui ribeiras, vales, montanhas e outros. Paralelamente, na tabela seguinte apresenta-se alguns dos tipos de recursos que integram o património natural do município de Seia.

Tabela 14. Património Natural do concelho de Seia

Património natural existente no concelho de Seia	
Ribeiras, rio (praias fluviais)	Paisagens naturais (geologia, neve, recursos naturais florísticos.)
Socalcos de antigos cultivos (o caso de Loriga)	Fauna (cegonha preta, pisco de peito azul, águia cobreira) algumas espécies que estão localizadas no parque natural da Serra da Estrela.

Fonte: Elaboração própria a partir do site da Câmara Municipal de Seia

Esta é parte da oferta turística a nível de recursos patrimoniais de carácter natural do concelho de Seia, em que os diversos recursos podem ser reequiparados em atividades de turismo como por exemplo, os itinerários pedestres que são percursos pedonais em torno do património natural. Também os itinerários equestres são outra forma de utilizar os recursos, sendo que a região ou o município usa mesmo estes tipos de itinerários a partir dos seus recursos naturais. Alguns exemplos de itinerários pedestres são Sabugueiro-

Lagoa comprida e Torre, com uma duração de 2h 30 m. Outro itinerário é o de São Romão – Sra. Do desterro – Cabeça velha com uma duração de 1h 30m e, ainda Valezim- Loriga e Alvoco da Serra com duração de 3h 30 m. Quanto a itinerário equestre verifica-se que o concelho de Seia apresenta o seguinte itinerário, Figueiredo – Vila verde – Pereiro – Pombal – Vila chã – Figueiredo. Com duração de 2h 30m.

5.3 Património cultural

O património é representativo da cultura endógena local, é um marco de tradições, ritos, usos e costumes da população. Os bens físicos culturais são incluídos também no património, o que se pode então dividi-lo da seguinte forma: tangível ou intangível, material ou imaterial. O material é designado como o património construído, estruturas físicas, bens materiais que representam a cultura de um povo, a sua transformação social ao longo dos anos, enquanto, que o imaterial é um tipo de património à base da cultura e das especificidades locais ligadas aos bens não palpáveis.

Porém, o objetivo do património é garantir a sobrevivência dos grupos sociais e também interligar umas gerações com as outras (Rodríguez Becerra, 1997). Ou seja, demonstrar a partir valores materiais e imateriais aquilo que foram as convivências e as necessidades de outras gerações, que ao longo dos anos vão deixando legados, que se transformam hoje em atividades de turismo. Neste sentido, o património é a marca de um território, é símbolo de uma geração. Porém, as culturas são a parte do património que devem ser inculcadas nas estratégias de desenvolvimento patrimoniais. A tipologia do alojamento escolhido para a análise ao turista nos inquéritos por questionário, contém parte de património cultural material e imaterial, como será descrito noutra vertente. O património é ainda concebido como parcelas que constituem memória coletiva de um espaço, o que deve ser preservado e percebido como tal.

O património é parte incessante de qualquer região. Portanto, patrimonializar o espaço consiste em desenvolver um espaço com capacidade para receber turistas e dar-lhes as memórias advindas de outras gerações transatas. Porém, o património é essencial na economia, sendo que a sua capacidade de gerar benefícios é grande, no qual cria alojamentos turísticos, serviços de animação entre outras atividades turísticas que são exemplo da aplicação de uma estratégia de patrimonialização do território. Neste

entendimento, o turista é o foco do projeto em que a sua alma, a sua motivação conta neste estudo, o que tende a buscar-se uma verificação acerca da sua perceção enquanto visitante. Deste modo, o património é traduzido como material e imaterial, construído, tangível ou intangível. No caso de Seia, apresenta-se nas tabelas seguintes um aglomerado de património contido no concelho.

Tabela 15. Património Cultural da cidade de Seia

Património cultural material do município de Seia	
Agricultura	Pastorícia e transumância Vindimas Cultivo do milho Malha Desfolhada
Artesanato	Cestaria em vime Alfaiataria Sapataria Miniaturas em madeira Rendas bordados Tecelagem Tapeçarias e rendas Bonecos e trapos Tapeçaria Miniaturas em fósforos e madeira
Gastronomia	Farta rapazes, enchidos de porco, morcela Torresmos Papas de carolo Broinhas de leite Bolo negro Chanfana de borrego Bacalhau assado com batatas a murro Febras de porco na caçarola Enchidos

	Requeijão Pão leve Coelho assado Cabrito assado na brasa Pão de ló Vinho Feijoada Cozido à portuguesa Folar Doce de abobora Filhós Leite creme
Monumentos da cidade de Seia	
Pelourinho	Capela de São Pedro
Solar dos botelhos	Capela de Santo Cristo do Calvário
Igreja Matriz	Igreja da Misericórdia de Seia
Monumento ao Dr. Melo	Monumento ao Dr. Guilherme
Monumento Dr. Simões Pereira	Monumento a Afonso costa
Câmara Municipal	Edifício do Instituto Politécnico, (Antigos paços do concelho)

Fonte: Elaboração Própria a partir da Câmara Municipal de Seia

Portanto, ainda a nível cultural, Seia detém mais de 50 associações culturais e recreativas, 7 ranchos folclóricos, 6 bandas filarmónicas, 5 conjuntos musicais, 1 tuna e uma fanfarras. Seia tem também feira semanal à 4ª, feira anual do queijo, feira do mel, (em outubro), e mostra de atividades artesanais da Serra da Estrela.

Contudo, o património imaterial é representado por cultura não palpável, no qual é o turista que procura este tipo de património. Neste sentido, apresentam-se alguns dos tipos

de património cultural imaterial da cidade de Seia, no qual estão representados na tabela seguinte:

Tabela 16. Património imaterial; Festas e romarias

Património imaterial; Festas e romarias	
S. António (13 de junho)	S. Pedro (29 junho)
S. João (24 de junho)	N. sra da Assunção (15 de Agosto)
N. Sr ^a da Ajuda (terceiro domingo de Setembro)	São sebastião, (20 Janeiro)

Fonte: Elaboração própria partir do site da Câmara Municipal de Seia

As festas aos santos populares ocorrem através das marchas, no dia do Santo em junho, onde aparece público que visita para conhecer parte da cultura. Deste modo, o tipo de turista que visita este tipo de festas é por norma um turista que se estende por várias faixas etárias, que normalmente viaja em família para este território. Porém, o património imaterial é um tipo de património assente em especificidades culturais, o que é intangível a turistas que usem este tipo de património. Os turistas que usam o património cultural não palpável têm maior propensão de serem aculturados por novas culturas locais, o que terá efeitos de difusão da cultura do local, sendo positivo para a sua extensão. Paralelamente, o turista pode ser aculturado e ter consequências para o espaço, isto é, com a aculturação a globalização torna-se mais destacada, definindo a cultura também com maior universalidade.

O património é atrativo para atrair pessoas para um determinado destino, sendo que os estabelecimentos hoteleiros são fatores de motivação para o turista. Em consenso, a sua estética acaba por ser determinante para que o turista obtenha uma aculturação acerca do destino. O turista acaba por ser consumidor do património ao ficar alojado, o que nesta perspetiva o planeamento e criação de serviços estabelecem-se como sendo fundamentais. Hoje o turista é consciente do património, estando envolvido ao conceito de sustentabilidade, em que urge em preservar, conservar e criar o património existente. A cidade de Seia apresenta características patrimoniais de imaterialidade, concebidas através dos valores apresentados na tabela acima.

5.4 Infraestruturas e equipamentos de apoio ao turismo

Denota-se que existem diversas infraestruturas e equipamentos de apoio ao turismo em Seia, ao qual se podem subdividir em diversas infraestruturas como o alojamento turístico, os empreendimentos turísticos, alojamento local, empresas de restauração, agências de viagens, postos de turismo, entre outras. Observa-se que as infraestruturas de apoio ao turismo são essenciais para que o setor cresça e se torne numa fonte de rendimento para uma determinada área. Neste sentido, são apresentados de seguida algumas das infraestruturas do município que dão apoio ao turismo e que são fundamentais para a manutenção desta atividade.

5.4.1. Alojamento turístico

Quanto ao alojamento turístico inserido no município, verifica-se que existe um elevado número de alojamentos no concelho de Seia, o que de acordo com a RNT (Registo Nacional de Turismo), existem 153 alojamentos turísticos, divididos em várias categorias.

5.4.1.1 Empreendimentos turísticos

Quanto aos empreendimentos turísticos verifica-se que existem 43 empreendimentos turísticos no concelho, segundo fonte do RNT (Rede Nacional de Turismo). Estes empreendimentos dispersam-se por diversos pontos do município, sendo que são um bom aliado para que o setor do turismo cresça mais equilibradamente.

Tabela 17. Empreendimentos turísticos no município de Seia

Empreendimentos turísticos no município de Seia	
Nome do empreendimento	Localização
Sambuca´s	Sabugueiro
Quinta de Crestelo	Seia
Casa Ti Mariana	Seia
Quinta de Crestelo – Casa de ténis	Seia

Toca da Raposa	Travancinha
Casa da Nascente	Sazes Velho – Sazes da Beira
Casa do Meio da Vila	Loriga
Casa da Avó Alice	Torrocelo
Quinta do vale Sanguinho	Seia
Senhora do Espinheiro hotel	Seia
Casas da Lapa	Lapa dos dinheiros
Chã da Vinha	Carragosela
Casas do cruzeiro	Seia
Quinta de Vodra	Seia
Abrigo da Montanha	Sabugueiro
Villa de Travancinha	Travancinha
Casa de Santa Ana da Beira	Paranhos
Casa da Ribeira	Alvoco da Serra
Casa da Ponte	Alvoco da Serra
Casa da Tílias	São Romão
Retiro da Lameira	Santa Comba
Horta Rija	Girabolhos
Casa das Lages	Alvoco da Serra
Cantinho da Estrela	Tourais
Casa da montanha na neve	São Romão
Casa do Povo	Tourais
Casa da Canada	Tourais
Recantos da Estrela	Sabugueiro
Quinta da Bica	Santa Comba
Casa do Cabeço	Santa Marinha
Casa da Adro de Paranhos	Paranhos
Chão do Rio	Travancinha
Casa do Galvão	Alvoco da Serra
Casa do Barroco	Seia
Casa do Pastor	Póvoa Velha
Casa do Fundo do Pereiro	Tourais
Hotel Eurosol – Camelo	Seia

Quinta de Cabrum	Alvoco da Serra
Casa da Moreia	Sabugueiro

Elaboração própria com base na rede nacional de turismo RNT

5.4.1.2 Alojamento local

Relativamente ao alojamento local e segundo a mesma fonte, a RNT, entende-se que existem 159 alojamentos locais, no concelho de Seia. Sendo um número significativo de empresas, embora algumas não estejam a laborar diretamente na área da animação. Estes podem ser revisto em tabela no anexo III.

5.4.2 Empresas de restauração

O município de Seia apresenta um elevado conjunto de empresas de restauração. A cidade de Seia contém 23 estabelecimentos de restauração como se verifica na tabela.

Tabela 18. Estabelecimentos de restauração da cidade de Seia

Estabelecimentos de restauração da cidade de Seia	
Nome da empresa de restauração	Localização
Churrasqueira Flor	Seia
Espaço Ego	Seia
Pizzaria Snack Bar Joans	Seia
Pizzaria O Sole Mio	Seia
Restaurante “A Ceia dos Patacos”	Seia
Restaurante “Borges”	Seia
Restaurante "Cabeço das Fragas"	Seia
Restaurante "Camelo"	Seia
Restaurante Caverna da Bicharada	Seia
Restaurante "Estrela de Seia"	Seia
Restaurante "Fim do Mundo"	Seia

Restaurante / Pizzaria Jardim	Seia
Restaurante "Lagoa"	Seia
Restaurante do Museu do Pão	Seia
Restaurante "Os Amigos"	Seia
Restaurante "O Central"	Seia
Restaurante "O Farol"	Seia
Snack-Bar / Restaurante "O Favo"	Seia
Café, Restaurante e Residencial "O Leitão"	Seia
Restaurante "O Pastor da Serra"	Seia
Restaurante "O Regional da Serra"	Seia
Restaurante "O Tachinho"	Seia
Restaurante "São Martinho"	Seia

Elaboração própria com a partir do site da Câmara Municipal de Seia

5.4.3 Empresas de animação turística

Constata-se que existem cerca de 8 empresas de animação turística no concelho de Seia, segundo a mesma fonte já referenciada anteriormente RNT (rede nacional de turismo). Estas empresas estão expressas na tabela que se segue:

Tabela 19. Empresas de animação turística no Município de Seia

Empresas de animação turística no Município de Seia	
Nome da Empresa	Localização
Quinta do Vale da Forna, Agro-consultoria, LDA	Santa Marinha
Claúdia Gouveia Videira	Santa Comba
Videtaxis	Loriga
Pyramid Legacy - Unipessoal, Lda	Tourais
SENTIR+ Turismo Integrado Lda	Seia
BONUSHARMONIA Bonusharmoniab Turismo Recetivo Unipessoal, Lda	Santiago
Montanhas e Rios, Turismo, Lda.	São Romão

Kartódromo Serra da Estrela, Sociedade Unipessoal, Lda.	Vila Chã
---	----------

Fonte: Elaboração própria com base na rede nacional de turismo (RNT)

5.4.4 Agentes de Viagens e Turismo

Considera-se que existem quatro agências de viagens no concelho de Seia, de acordo com o anexo II. Estas agências de viagem e turismo são um fator essencial para o desenvolvimento do turismo, sendo que estas apresentam uma oportunidade para que o setor turístico cresça na região e no concelho em específico.

5.5 Síntese

Este capítulo tem como objetivo realizar um enquadramento territorial do município de Seia, em que são demonstrados os diversos serviços e infraestruturas de apoio ao setor do turismo no concelho. Paralelamente, constatou-se que existe elevado património na área em questão, sendo que entre o património cultural e natural se verifica que há diversos tipos de monumentos, bens tangíveis e intangíveis que representam a cultura local, entre as tradições, os costumes, os hábitos entre outros. O território de Seia é vasto a nível de património. Paralelamente, também se percebe neste capítulo, a quantidade de alojamentos turísticos e empreendimentos turísticos existentes como já referi no concelho, isto é, Seia apresenta infraestruturas como agências de viagens, empresas de animação turística, restauração entre outros apoios, que formam toda a cadeia de valor do turismo e, portanto, designam-se como sendo fundamentais para este espaço. Sem bens e serviços o turismo dificilmente se poderia desenvolver, o que são assim imprescindíveis estes bens para que haja de facto atividade turística no município. Em paralelo, consta-se ainda que o património natural é um dos principais atrativos deste concelho, sendo que o setor do turismo deve-se apropriar deste para transformar os recursos naturais em atrações. Este método deve ser realizado de maneira equilibrada, valorizando assim os recursos turísticos de maneira sustentável, preservando, protegendo e em situação

paralela, promovendo os próprios recursos, ou seja, servindo este setor de multifuncionalidade para o território.

6. Modelo e metodologia de investigação

6.1 Introdução

Neste capítulo, explicam-se os métodos de investigação utilizados neste estudo. Busca-se compreender o melhor modelo e metodologia utilizado neste trabalho para atingir os objetivos propostos.

Este trabalho visa conhecer o perfil da procura turística que visita o município de Seia. Para isso é utilizada uma metodologia que facilite aferir a quanto a procura turística que se desloca para este concelho. Recorremos à técnica do inquérito por questionário e à recolha de informação em dados existentes e de dados secundários, documentais, que permitem alcançar os objetivos propostos.

6.2 Estratégia e modelo de investigação

Considera-se que investigar é uma atitude e uma prática de permanente procura da verdade ou da realidade. Um procedimento ou conjunto de procedimentos com método de pensamento reflexivo que requer um tratamento científico para conhecer realidades ou descobrir verdades. Um processo de construção do conhecimento, ou ainda, uma forma de validar ou refutar conhecimento existente.

Este trabalho começa com uma pergunta de partida, enunciada no primeiro capítulo, sendo necessárias metodologias para que se obtenham respostas, tendo em consideração a questão inicial. Como modelo metodológico utilizou-se um conjunto de técnicas ligadas à metodologia quantitativa e qualitativa. O estudo está dividido em duas partes: a parte teórica ou conceptual e a parte prática. Para a primeira foi realizada a recolha de informação em fontes bibliográficas e documentais, através de uma exaustiva análise a documentos. Quanto à segunda, foram utilizados métodos como o inquérito por questionário, dirigido à procura turística que visita Seia, avaliando os seus comportamentos e motivações de viagem e, a sua experiência no concelho de Seia. Neste sentido, podem destacar-se os seguintes métodos de recolha de dados:

1- Consulta de diversos documentos tais como artigos, jornais, teses, dissertações, revistas científicas, legislação, filmes, fotografias, entre outros documentos da internet;

2- Inquéritos por questionário para aferir a procura turística que visita o concelho de Seia.

Estes métodos de recolha de dados são apresentados em subcapítulos mais à frente no estudo. Após a recolha de dados foram elaborados e tratados os dados com objetivo de demonstrar os resultados da recolha efetuada à procura turística e, às fontes documentais. Perante isso, os dados são postos de maneira fiável para que a sua compreensão seja mais facilitada.

6.3 Recolha empírica de dados

A recolha empírica de dados pressupõe o desenvolvimento de princípios como: rigor, bem definido, suscetível de ser novamente aplicado nas mesmas condições, adaptado ao tipo de problema e aos fenómenos em causa. Quivy e Campenhout, (1998)

Segundo Quivy & Campenhout (1998), nas ciências sociais, existem quatro métodos de recolha de dados:

- Inquéritos por questionário;
- Inquéritos por entrevista;
- Observação direta;
- Recolha de dados preexistentes: dados secundários e dados documentais.

Portanto, neste projeto de investigação optou-se por dois métodos dos quatro propostos por Quivy & Campenhout (1998): o inquérito por questionário e a recolha de dados preexistentes (dados secundários e dados documentais). Esta recolha deverá ser rigorosa e bem definida, para que futuramente possa ser aplicada novamente ao tipo de problema e aos fenómenos em causa.

6.3.1 Recolha de dados pré-existent: dados secundários e dados documentais

Constata-se que esta técnica é usada para fundamentar conceitos teóricos de vários pontos do trabalho de investigação, como o enquadramento territorial do município de Seia, a conceptualização de conceitos teóricos acerca do turismo (capítulo dois), na procura de informação relativa ao benchmarking e às boas práticas de animação (capítulo três), ou seja, na análise das atividades que as empresas de animação turística a nível nacional promovem no território e ainda à caracterização dos conceitos teóricos, a caracterização do mundo rural.

Neste sentido, os dados secundários ou documentais foram retidos de:

- 1- Teses, dissertações, artigos de revista;
- 2- Sítios da internet;
- 3- Dados estatísticos: dados pesquisados no Instituto nacional de estatística (INE), Turismo de Portugal (TP), (RNT) Rede nacional turismo, (RNAAT) registo de agentes de animação turística. Estes são as principais fontes de pesquisa de dados.

6.3.2 Inquérito por questionário aos visitantes de Seia

Ghiglione & Matalon (1995) citado por Maciel, O. et al. (2014, pág. 154) definem inquérito como sendo “uma interrogação particular acerca de uma situação, englobando indivíduos com o objetivo de generalizar”. Segundo Coutinho (2011) citado por Maciel O. et al. (2014, pág. 154), e consoante os objetivos básicos que presidem ao inquérito (descrever/explicar/explorar comportamentos, atitudes, valores e situações), são diferenciáveis cinco tipos de *surveys* (descritivo, explicativo, exploratório, transversal e longitudinal), cujos limites na prática são, por vezes, ténues. Esta autora coloca a investigação por *survey* ao nível dos planos não experimentais ou descritivos.

Portanto, um inquérito por questionário requer um conjunto de questões delineadas com a estratégia e objetivo de recolher o máximo de informação acerca de um assunto. Em

2020 realiza-se o inquérito por questionário à procura turística que visita o município de Seia. É utilizado um conjunto de estabelecimentos de alojamento rural do território para a realização dos inquéritos por questionário, que têm como função recolher informação acerca da procura turística que visita o município.

O questionário (anexo I) está dividido em quatro partes. A primeira salienta os comportamentos e motivações da procura turística, a segunda, destaca a experiência do turista no município de Seia, a terceira é definida pela animação turística e mundo rural e a quarta relaciona-se com a identificação do visitante. O inquérito por questionário que neste caso se dirige à procura turística que visita o município de Seia é assim um método soberano de recolha de dados estatísticos de informação.

6.4 Síntese

Neste capítulo, efetuou-se uma análise à metodologia e métodos utilizados neste trabalho de investigação, em que foram explicitadas as formas de trabalho na busca de informação.

Portanto, numa primeira fase do trabalho realizou-se uma recolha de dados preexistentes em dados secundários e documentais. Estes serviram para conceptualizar os conceitos de animação turística, mundo rural, turismo, sustentabilidade e outros, utilizando diversas fontes de informação, como teses, artigos de revistas, dissertações, projetos de investigação e aplicados, artigos de jornais, entre outros.

Deste modo, denota-se que as recolhas de dados preexistentes foram fundamentais na construção de informação que serviu de base aos objetivos propostos no trabalho, e também de constituição de conteúdo que dê resposta à pergunta de partida, isto porque permitem fundamentar a questão inicial.

Neste sentido utilizou-se ainda o inquérito por questionário, que se realizou aos clientes das unidades hoteleiras da região com intuito de avaliar comportamentos, motivações, desejos entre outros fatores que identificam a procura turística. O inquérito é uma técnica de recolha de informação, que se define ainda por ser qualitativa e ter uma eficácia significativa na recolha de informação.

7. Análise de resultados

A análise de resultados surge depois de se efetuar a recolha de dados. Deste modo, a análise de resultados serve como método de obtenção de respostas relativas aos dados estatísticos em fontes documentais e, através também de inquéritos por questionário. Estes últimos tiveram como função compreender o perfil da procura turística.

Após aplicação dos inquéritos utilizam-se técnicas de análise para analisar esses inquéritos, para o tratamento de dados, que permitam obter respostas para sustentar o problema. Em consonância usam-se diferentes métodos como ferramentas de construção gráfica e de análise de dados que permitam esclarecer aquilo que se realizou. Estas técnicas passam pela utilização do EXCEL para a constituição dos gráficos.

Para conseguir atingir os objetivos propostos, teve de se verificar se as informações recolhidas foram de encontro com os objetivos propostos, ou seja, se existe verificação empírica.

7.1 Caracterização da amostra

O turista que consome espaços “verdes” encontra-se mais consciencializado para a preservação ambiental e para desenvolver novas habilidades fora do ambiente de “sol e mar”. É mais predisposto a participar em atividades de turismo ativo e educacional, “escapando” das grandes concentrações turísticas. Para Cunha (2003) citado por Miranda (2012, pág. 48) refere que com a mudança de paradigmas, “os consumidores passaram a dar grande preferência às férias ativas e personalizadas e a recusar a massificação do produto “sol e mar”.

A tabela 20, refere as diferenças entre o turista consumidor de espaços “verdes” e o turista consumidor de lugares massificados.

Tabela 20. Principais diferenças entre o “velho” e o novo “turista”

Old tourists	New tourists
Search for the sun	Experience something different
Follow the masses	Want to be in charge
Here today, gone tomorrow	See and enjoy but do not destroy
Just to show that you had been	Just for the fun of it
Inexperienced	Mature
Escape	Extension of life
Like attractions	Like sports
Precautious	Adventurous
No special interests	Special Interests
Homogeneous, predictable	Spontaneous, unpredictable, hybrid

Fonte: Elabora própria com base em Poon (1993)

Assistimos a uma procura turística que tem mudado os seus paradigmas, quanto à escolha da oferta para viajar. Verifica-se também que o lado da oferta é mais segmentado, com o propósito de apresentar ao turista maior número de bens e serviços que correspondam aos seus desejos. Para Miranda (2012, pág. 48) “os eventos, a cultura e a animação são estratégias alternativas para complementar a oferta dos destinos costeiros, indo ao encontro das novas necessidades dos turistas”.

Em paralelo, o turismo é um setor diversificado e tem evoluído de forma substancial, passando esse desenvolvimento pelas novas tecnologias da informação e comunicação, que permitem ao turista contactar mais facilmente com os bens e serviços que deseja. As novas (TIC) estabelecem um efeito positivo na operação do setor turístico e na sua estratégia. Portanto, através destas, torna-se acessível operacionalizar, comunicar e produzir na área do turismo.

O lado da procura utiliza atualmente ferramentas digitais, sobretudo para encontrar um destino com características que se integrem dentro das suas necessidades. As (TIC) ajudam na consciencialização da procura turística, porque permitem que o turista tenha contacto com a informação acerca da importância da preservação do espaço rural e natural de forma instantânea. Ferreira (1998) citado por Miranda (2012, pág.46), salienta que “o

consumidor era inexperiente e pouco sabia sobre as características dos destinos recetores. Ou seja, era um mero espectador passivo com necessidades uniformizadas”.

A COVID-19 está a ter impacto no turismo, como a pouca afluência de turistas aos serviços de alojamento e restauração em hotéis com capacidade de albergar grandes fluxos turísticos, localizados em áreas urbanas. Procuram-se soluções para preencher esta indisponibilidade da procura em aceder a estabelecimentos de alojamento em áreas massificadas, o que a aposta no turismo alternativo tem sido uma constante. Neste sentido, Miranda (2012, pág. 46) destaca que “contrariamente ao perfil antigo, o “novo” turista é mais sofisticado, procura experiências autênticas e participa ativamente no planeamento da viagem”.

Porém, o projeto de investigação é um estudo ao turista que visita o município de Seia, em que é perspetivado conhecer as suas motivações e comportamentos de viagem, bem como a sua experiência no território.

Como metodologia utilizam-se inquéritos com a pretensão de conhecer as motivações dos turistas que acedem a serviços de alojamento local, onde foi estabelecido um conjunto de questões com o foco de conhecer a procura turística da região.

A animação turística é uma parte fundamental do crescimento turístico. Em paralelo, estes dois empreendimentos são designados como a escolha para realização dos inquéritos porque detém atividades ligadas ao mundo rural e animação e, logicamente estão sediados na zona de Seia. O turista é estudado, conhecer as suas motivações, as suas convicções e fidelidade com o estabelecimento de alojamento. Basicamente, conhecer a perceção deste.

Todavia, os inquéritos são feitos a diferentes turistas, de maneira a que se conheça ainda a sua faixa etária entre outros fatores. O turismo é um setor económico e social, em que detém épocas baixas e épocas altas. A segmentação do mercado da oferta pode ser um fator para o desenvolvimento para a sazonalidade. As épocas altas consideradas com a grande afluência da procura aos destinos turísticos e, inversamente as épocas baixas são a pouca procura a áreas, serviços turísticos, o que neste pressuposto, o mundo rural e a animação com a localização que de Seia, constitui um produto que tem a sua época com uma sazonalidade nivelada, existindo procura para as atrações de inverno e de verão, ou outono. Concomitantemente, os inquéritos a realizar são deixados nos estabelecimentos hoteleiros entre os meses de setembro a outubro, com o propósito de conhecer as

motivações dos turistas quanto ao município de Seia e aos serviços de animação prestados nas unidades de alojamento.

A metodologia usada inclui uma pesquisa bibliográfica acerca dos conceitos preteridos, sendo verificadas entidades que laboram na animação, de modo a conhecer-se o turista que visita o município.

Portanto, o projeto de investigação estuda o turista inserido nesta área rural, em que animação constitui *à priori* um fator importante de crescimento local. Portanto, os inquéritos estão abaixo descritos, nos documentos em anexo I.

	População infinita	População finita
Estimação da proporção	$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 * p * (1 - p)}{D^2}$	$n = \frac{p * (1 - p)}{\frac{D^2}{(Z_{\alpha/2})^2} + \frac{p * (1 - p)}{N}}$
Estimação da média	$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 * S^2}{D^2}$	$n = \frac{S^2}{\frac{D^2}{(Z_{\alpha/2})^2} + \frac{S^2}{N}}$

- n - dimensão da amostra
- N - dimensão da população=67019
- $Z_{\alpha/2}$ - valores críticos dos limites de confiança=1,96 (nível de confiança de 95%)
- D - nível de precisão ou erro=0,1 (10%)
- p - proporção com atributo=0,5 (para maximizar o valor)
- (p-1) - proporção sem atributo=0,5 (=1 - 0,5)

Figura 24. Fórmula para a obtenção da dimensão da amostra da população nos inquéritos

Fonte: Elaboração própria

Esta amostra corresponde ao número de turistas que entrou no território de Seia e, ficou alojada em estabelecimentos de alojamento na região. A amostra da dimensão da população é de 67019. O valor retirado desta quantidade populacional é de n=96, que provém do valor dos 10% do nível de precisão.

7.2 Análise dos inquéritos aplicados aos visitantes de Seia

A análise de resultados depende das repostas que são obtidas por parte dos consumidores de turismo. Os alojamentos turísticos formam os locais escolhidos para a obtenção de respostas dos inquéritos feitos a turistas que se deslocam a este município de Seia. Escolhem-se uma amostra de 3 estabelecimentos com características meramente rurais no concelho de Seia, onde são praticadas atividades de animação turística, com os valores endógenos dos lugares territoriais: as tradições materiais e imateriais que representam parte do património cultural da área. Paralelamente, estes alojamentos turísticos escolhidos na amostra aleatória mostraram-se predispostos a colaborar nesta iniciativa, de conhecer a procura turística que visita o concelho de Seia, em entender as suas motivações em aceder a este mercado da oferta. Também se pretende conhecer as pretensões e a perceção que estes têm sobre a animação turística em mundo rural, ou seja, analisar se as suas pretensões em aceder a este território são iguais às pretensões e perceber quais as motivações dos turistas em aceder a este mesmo espaço.

Os inquéritos produzidos para a obtenção de dados estatísticos quanto à procura turística que visita o município de Seia, incluem diversas questões entre as quais perguntas abertas em que o turista é invocado a escrever a resposta ao invés do que acontece com as perguntas fechadas em que o turista é intencionado a colocar a sua resposta numa escolha de respostas que são feitas para serem respondidas pela procura turística, como é o caso da escolha múltipla. No total, estes inquéritos apresentam cerca de 23 questões, entre perguntas abertas e perguntas fechadas. Os inquéritos são ainda parte integrante desta investigação, o que para isso apresentam um conjunto de tópicos que são estabelecidos e desenvolvidos com o propósito de dar notoriedade ao estudo. Os tópicos começam com as motivações e comportamentos da procura turística, seguindo-se a experiência do concelho de Seia, animação turística e mundo rural e, após estes, integra-se como tópico a identificação dos turistas. Estes serviram para delinear o estudo e para dar maior notoriedade e relevância ao inquérito por questionário. Neste pressuposto, cada tópico é constituído por um conjunto de perguntas, questões como foi referenciado anteriormente, no qual o total dessas perguntas contabilizam cerca de 23 perguntas. Estes inquéritos foram aplicados entre os meses de julho a setembro em várias instituições para a avaliação da procura turística no destino turístico de Seia.

Em consonância, os inquéritos apresentam diversos tópicos entre os quais se caracterizam por conterem diversas perguntas, entre as quais se incluem perguntas abertas e fechadas.

Pretende-se nesta fase do projeto analisar os dados recolhidos por questionário, como vem sendo descrito anteriormente. Começa-se esta análise de dados estatísticos com a descrição dos comportamentos da procura turística que viaja para o concelho de Seia.

A procura turística ficou alojada em hotéis, estabelecimentos de TER, alojamentos locais entre outros, em média 3 noites. Também se constata que a média de noites fora do local de residência nesta viagem foi de 4 noites. Isto salienta que 3 das 4 noites em que o turista fica fora do seu local habitacional são passadas em Seia, o que se define como uma média positiva para o destino turístico.

Neste sentido, para dar maior capacidade a este destino entende-se que a proposta de atividades de animação turística apresentadas num próximo ponto sirva para que a procura turística se fidelize a este destino e que aumente a sua estadia média, esperando-se então que passe das 3 noites em Seia, para as 4 em média e, que visite apenas um local ou destino turístico. Sabe-se também que o ($n=96$), sendo que este valor é retirado da dimensão da população que é de 67019. A dimensão da população representa a entrada de procura turística que se deslocou a este destino turístico de Seia, recentemente.

Quanto ao ponto que salienta os comportamentos de viagem do turista que se desloca para este município, propôs-se uma questão que referia se o visitante viajava acompanhado ou sozinho. Neste pressuposto, o inquirido respondeu maioritariamente que viaja acompanhado por elementos que se caracterizam entre conjugue, filhos, outros familiares e amigos. Com 80% que corresponde a 79 inquiridos dos $n=96$, salienta-se o visitante que viaja acompanhado, enquanto que com 20% que corresponde a 19 inquiridos dos também 96 possíveis, destaca que viaja sozinho para este lugar. Portanto, o estatuto inicial da procura turística caracteriza-se como sendo um tipo de procura que viaja maioritariamente acompanhada. Desse acompanhamento, entende-se que a composição do grupo é estabelecida por diversos elementos, ou pode ser composto por múltiplos constituintes, como foram já referidos anteriormente. Portanto, o gráfico salienta isso mesmo, se o turista que viaja para o destino turístico de Seia, viaja acompanhado ou sozinho.

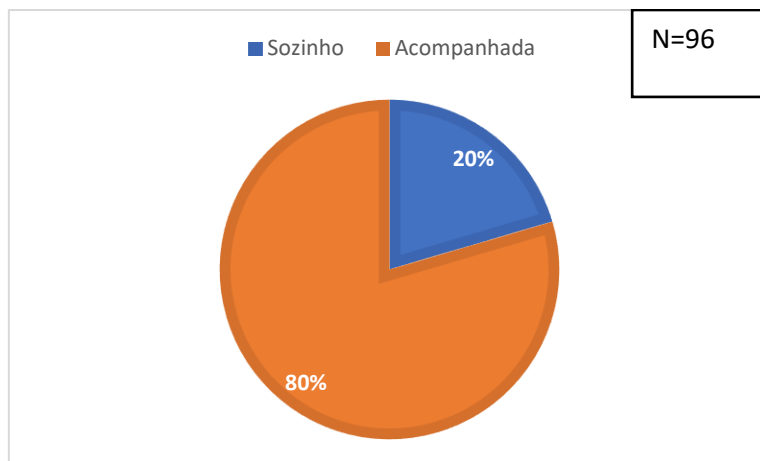


Gráfico 1 – Viaja sozinho(a) ou acompanhado(a)

Fonte: Elaboração Própria

A composição do grupo é feita por diversos constituintes, dos quais se destacam o acompanhado por conjuge, filhos, outros familiares e amigos. O visitante viaja acompanhado para este destino turístico com conjuge e filhos, sendo que são aqueles em que os valores representam maior expressividade com (45% que corresponde a 49 inquiridos viaja então com conjuge, seguido de 30% dos inquiridos que viaja com filhos, o que se ajusta a 33 inquiridos). Em situação paralela, verifica-se que 18% corresponde aos amigos (20) inquiridos e 7% a outros familiares, no qual se estabelece como 8 dos respondentes a esta parte.

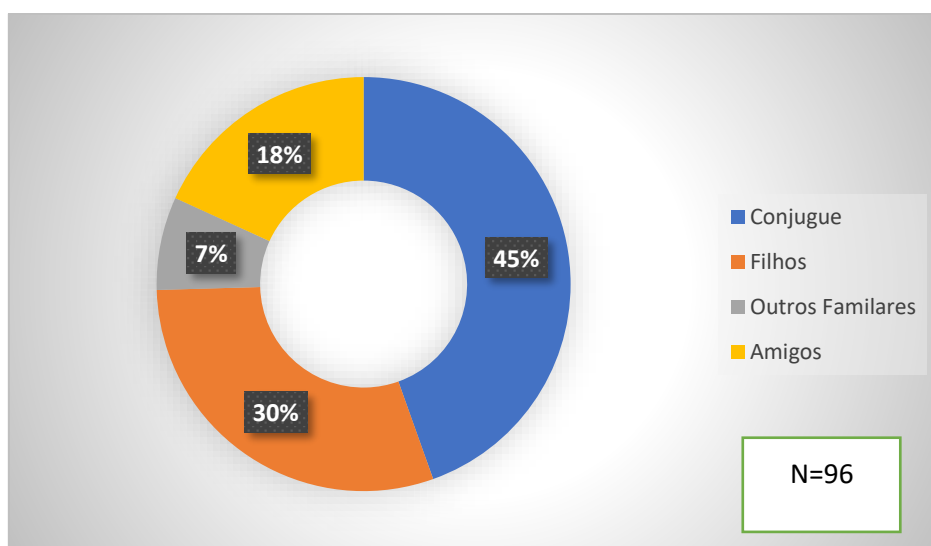


Gráfico 2. Composição do grupo em viagem

Fonte: Elaboração Própria

Também ainda em relação a este ponto, denota-se que o turista viaja com várias, (em média viaja com 3 pessoas incluindo ele próprio) para este destino turístico. Portanto, o ponto que avalia as motivações e comportamentos de viagem é também brindado com a questão relacionada com o comportamento do visitante quanto à escolha das fontes de informação para que tenha conteúdos para conhecer o destino turístico de Seia. Deste ponto, salienta-se que as principais fontes consultadas pela procura turística que se desloca a este lugar são as seguintes: internet e websites, internet e redes sociais, amigos e familiares, guias de viagem, alojamentos situados no concelho, programas de televisão, Livros e artigos de jornais e revistas, Postos de turismo, experiências anteriores, brochuras e outros. Deste modo, o comportamento do turista que viaja para este município, é referenciado pelas suas escolhas em relação à recolha de informação turística que seja útil para a sua viagem, ou para a sua tomada de decisão em escolher um determinado tipo de serviços. Assim, entende-se que a internet websites (24%) e, Internet redes sociais (27%) são o principal meio para pesquisa e busca de informação, seguido de amigos e familiares (14%), postos de turismo (8%) e guias de viagem (9%). Estes são as principais fontes utilizadas pela procura turística que se desloca ao município de Seia, sendo um comportamento que se repercute de forma online maioritariamente.

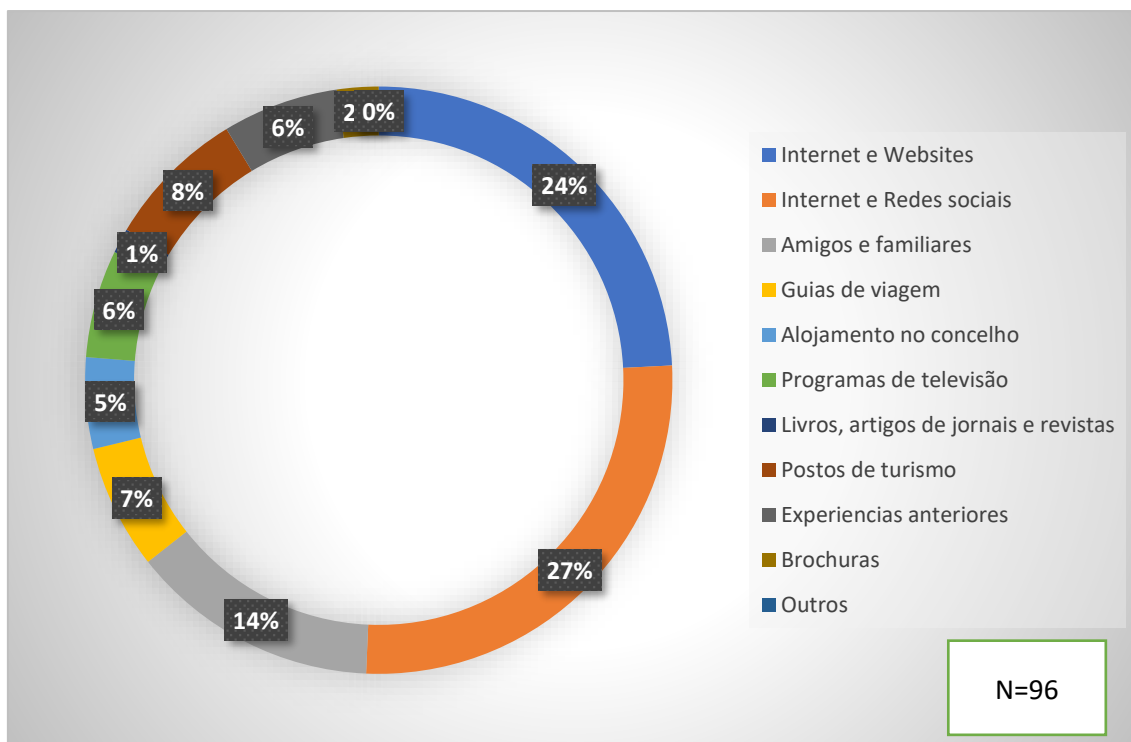


Gráfico 3. Fontes de informação consultadas para a realização da viagem

Fonte: Elaboração própria

Ainda relativamente ao ponto que refere as motivações e comportamentos da procura turística, salienta-se então que esta utiliza fontes de informação online que servirão para buscar informação sobre os alojamentos turísticos existentes no concelho de Seia. Em consonância, percebe-se que o meio de alojamento mais utilizado é o Alojamento Local, seguido do TER, (Turismo em Espaço Rural). Estando esta questão colocada no inquérito por questionário de quem visita o município, no mesmo ponto de motivações e comportamentos da procura turística.

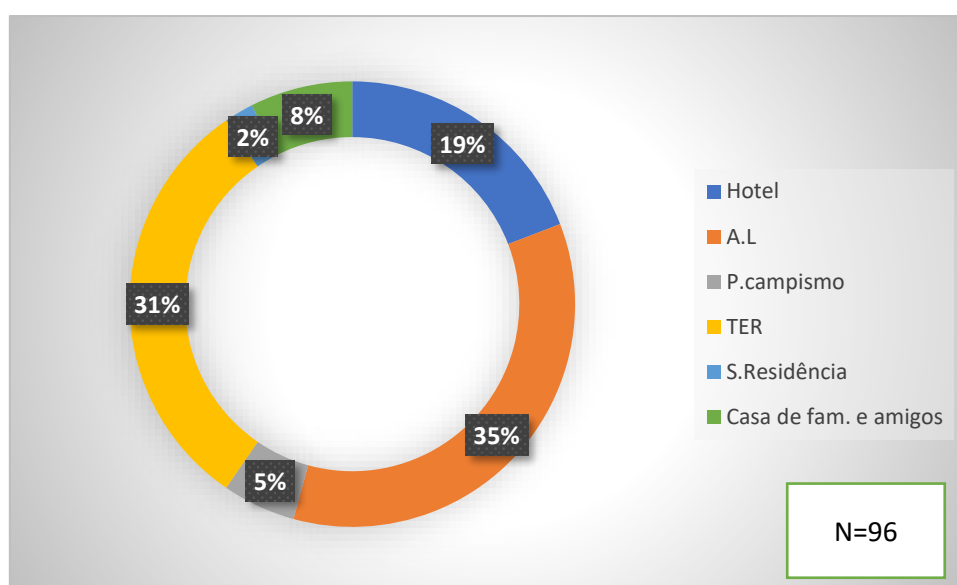


Gráfico 4. Distribuição dos visitantes por alojamento turístico

Fonte: Elaboração própria

É perceptível que 35% que corresponde a 33 inquiridos da procura turística fica em Alojamentos locais, enquanto que 31%, que corresponde a 29 ficam alojados em turismo em espaço rural, seguido de hotel com 19%, casa de familiares e amigos, 8%, parques de campismo com 5% e, 2% S. residência. Estes são os principais meios de alojamento existentes no concelho e aqueles onde a procura turística fica instalada durante a sua visita ao município de Seia.

Constata-se que foi colocada uma questão à procura turística acerca das motivações e comportamentos do turista que visita o concelho de Seia. A procura turística foi convidada a selecionar os principais motivos que a levam a viajar para este destino turístico: utilizou-se uma pergunta fechada e uma pergunta aberta. Na pergunta fechada a

procura turística selecionou, maioritariamente, que viajava principalmente por razões de lazer, recreação e férias, como transparece o gráfico 5 apresentado de seguida.

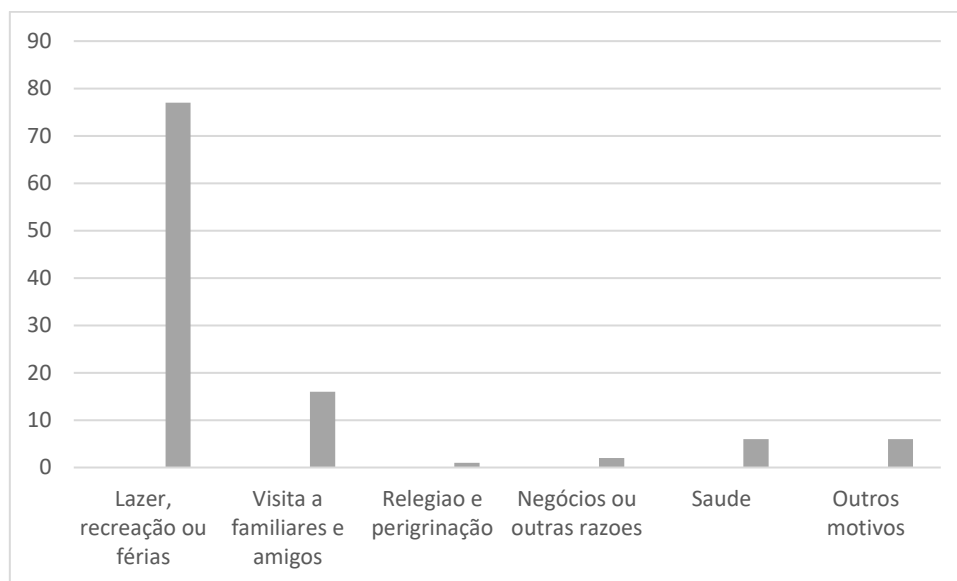


Gráfico 5. Motivos da visita ao concelho de Seia

Fonte: Elaboração própria

Na questão colocada à procura turística procurou-se perceber quais os motivos da escolha de Seia em vez de outro destino turístico. A resposta foi dada através de várias sugestões apresentadas pela procura turística, em que especificava alguns dos motivos que a levaram a ter este tipo de comportamento, relacionado com a escolha deste destino turístico em Seia. São apresentadas, ou transcritas algumas das motivações do visitante acerca da sua estadia neste destino turístico: cultura local, percursos pedestres, pelo alojamento turístico, gastronomia, natureza envolvente, alternativa à praia, turismo rural, localização, motivos familiares, por ser uma cidade calma. Portanto, estes foram alguns dos motivos pela qual a procura turística escolheu a opção de lazer, recreação e férias como motivo para se deslocar a este lugar na pergunta fechada.

Avaliando outra das questões relacionadas ainda com o comportamento do turista que viaja para Seia, entendeu-se que o que mais valorizou na tomada de decisão para este destino foi a experiência anterior e a proximidade geográfica com outras zonas. Portanto, constata-se que a procura turística escolhe a natureza envolvente e a experiência anterior. Ainda relativamente ao este ponto, na questão acerca dos meios de transporte utilizados para chegar a Seia, a procura turística salientou que utilizou maioritariamente veículo próprio (45%), seguido de autocarro (28%) e carro alugado (27%).

Experiência no concelho de Seia

Neste segundo ponto do inquérito por questionário é pretendido compreender a experiência da procura turística no concelho de Seia. Começa-se então por avaliar a experiência da procura turística no município de Seia, e aferir se esta procura turística já conhecia este município antes. Portanto, como mostra o gráfico apresentado a procura já conhecia este lugar, sendo que ao ser colocada a questão se eventualmente antes de viajar já conhecia Seia. Isto querera dizer que a imagem do destino é conhecida e tem uma promoção satisfatória, ou então, tendo em conta as facilidades de comunicar por via das novas tecnologias, pode eventualmente ter ajudado neste processo de descoberta e conhecimento acerca deste destino turístico de Seia.

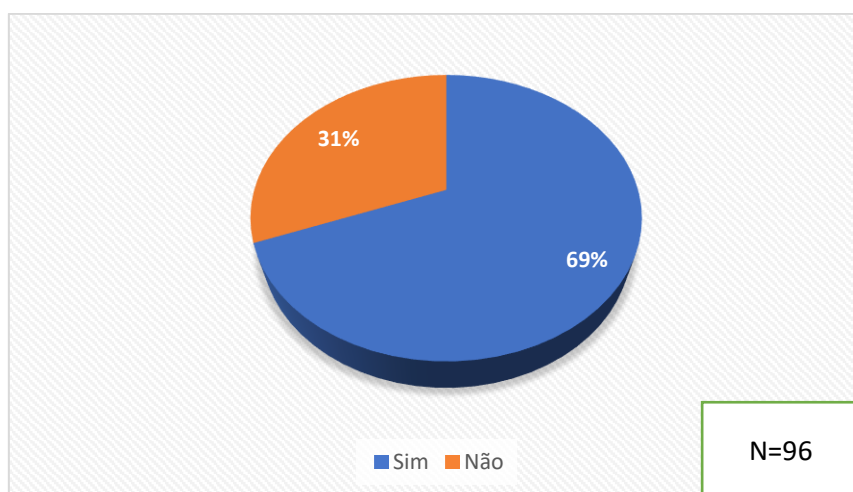


Gráfico 6. Conhecimento de Seia enquanto destino turístico antes de viajar

Fonte: Elaboração própria

Neste pressuposto, avalia-se o gráfico 6, como tendo uma percentagem de 69% (65 dos inquiridos) n=96 que corresponde ao sim e, 31 % (29 dos respondentes) que corresponde ao não, 2 não responderam a esta questão.

Em paralelo, percebe-se que na avaliação de Seia enquanto destino turístico tendo em consideração os fatores como os serviços urbanos, unidades de alojamento, estabelecimentos de restauração e bebidas, sistemas de transporte e trânsito dentro da cidade, equipamentos desportivos e recreativos, infraestruturas de saúde e bem-estar, entre outros elementos e fatores, a procura turística avalia como positivos. Numa escala de 1 a 5, em que 1 corresponde a muito má e 5 a muito boa, entende-se que a procura

turística avalia em média e maioritariamente os fatores com 4. Isto é, uma avaliação positiva quanto aos atributos que caracterizam o município de Seia.

A forma como a procura turística encara este destino turístico, em termos de satisfação da procura turística obteve um resultado de maioritariamente satisfeita, o que leva a reconhecer que a procura turística deva ser fidelizada ao destino turístico.

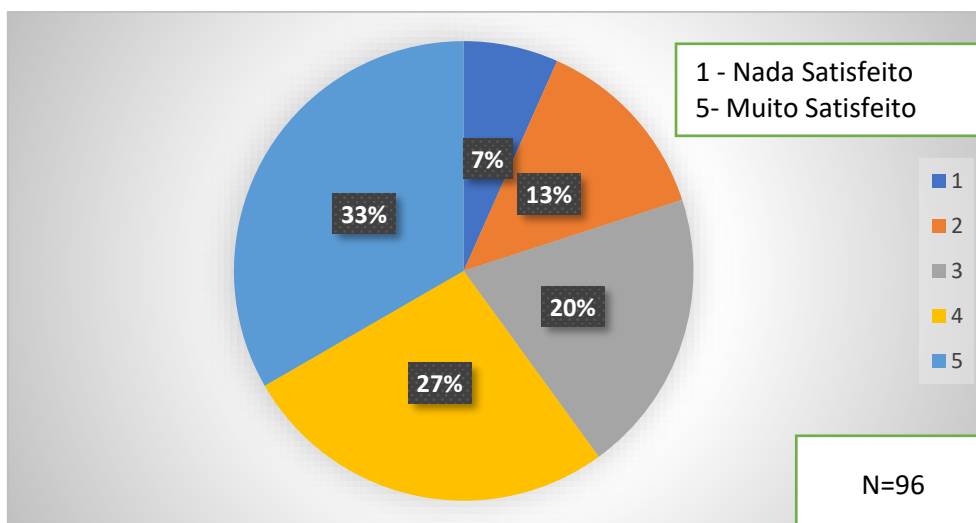


Gráfico 7 – Nível de satisfação dos inquiridos quanto à sua visita ao concelho de Seia

Fonte: Elaboração própria

O gráfico 7, evidencia que 33% da procura se encontra muito satisfeita e apenas 7% se encontra nada satisfeita com a vinda a este município, concelho de Seia. Isto salienta que existem serviços capazes de servir a procura turística e de ir ao encontro com das suas necessidades, sendo que a qualidade do serviço pode ter sido determinante para que a procura turística avaliasse desta forma a sua estadia neste concelho de Seia. Com uma avaliação positiva no geral, entende-se que Seia é um destino capaz de satisfazer a procura turística que se desloca a este município em prol de desenvolver atividades de turismo.

A procura turística maioritariamente que recomendaria Seia como destino turístico, sendo um indicativo também ele positivo quanto ao nível de satisfação da procura turística que viaja para este destino. O visitante recomendaria este destino turístico a outra procura turística, o que é produtivo para atrair novos consumidores do turismo.

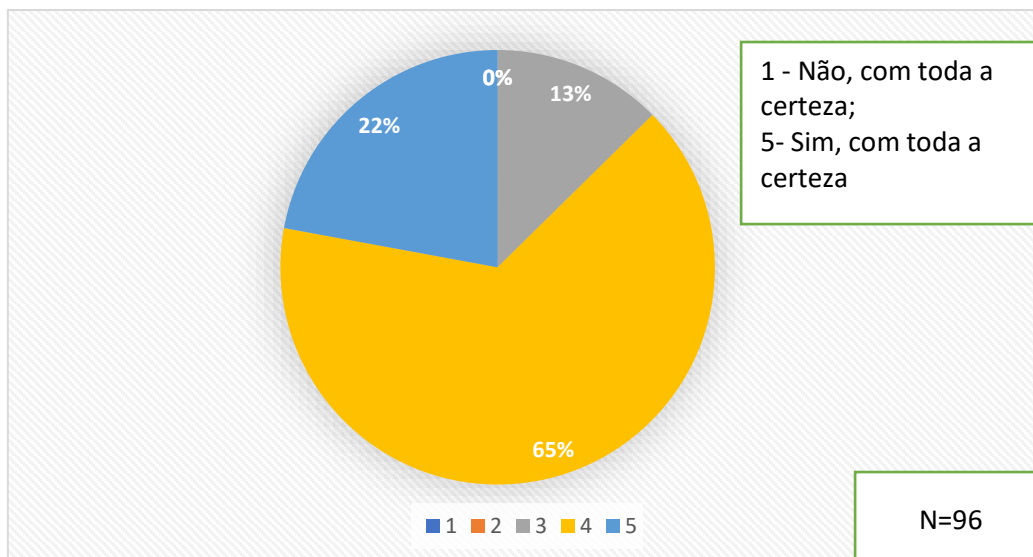


Gráfico 8 – Recomendação de Seia enquanto destino turístico

Fonte: Elaboração própria

Como se observa no gráfico 8, percebe-se que a procura turística está totalmente de acordo com a recomendação deste destino turístico para a procura turística, isto porque como demonstra o gráfico entende-se que a procura diz que sim, com toda a certeza que recomendaria Seia como destino turístico. Apesar da inexistência de alguns fatores como acessibilidades, melhores infraestruturas, Seia é um destino que cativa a procura turística, ou pelo menos tem a intenção de efetuar esta ação. Neste inquérito, que decorreu entre os meses de julho a setembro, a procura turística além de recomendar este destino turístico, voltaria com toda a certeza, ou pensa em voltar numa próxima oportunidade. Existem então elementos que atraem e mantem a procura turística motivada a regressar a este lugar.

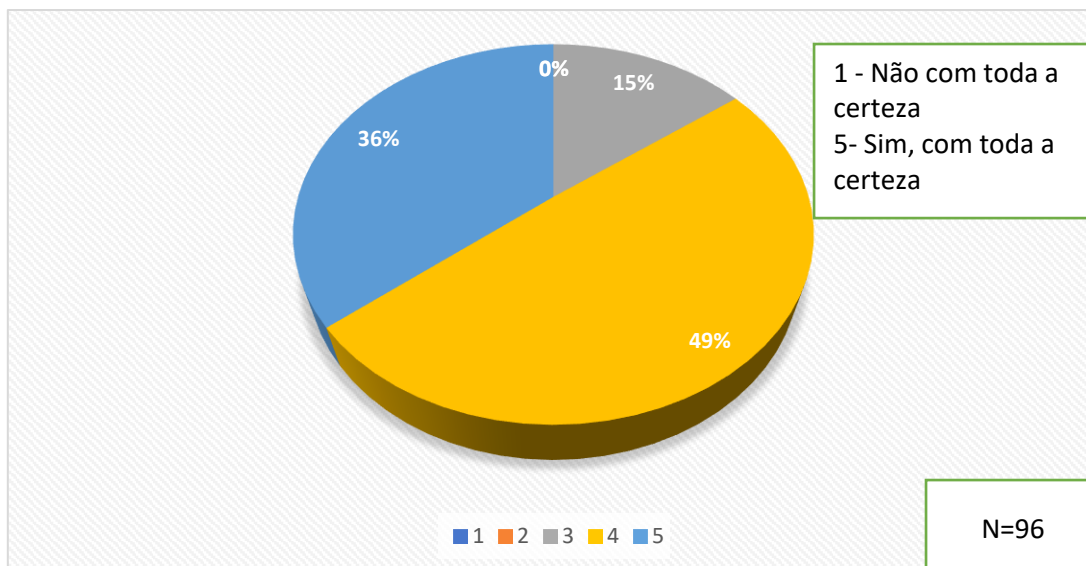


Gráfico 9. Opinião dos visitantes quanto à possibilidade de regressar a Seia

Fonte: Elaboração própria

Como foi referido anteriormente a procura turística voltaria de novo a este destino turístico, na tentativa de obter experiências e novas oportunidades de recreação e diversão. O gráfico 9, demonstra que 36% da procura turística voltaria com toda a certeza, enquanto que 49% apesar de se encontrar num nível menos elevado, considera que também voltaria caso tivesse oportunidade. Portanto, considerando estes valores denota-se que a experiência no concelho de Seia, tem sido positiva para estes turistas, sendo que o têm demonstrado ao longo dos dados estatísticos apresentados.

Neste mesmo ponto que refere a experiência que os turistas têm acerca deste destino turístico, colocou-se uma questão aberta com intuito de avaliar a perceção dos visitantes acerca dos dias passados neste concelho. Deste modo, foram denotados alguns constrangimentos apontados pela procura turística acerca de Seia, enquanto destino turístico. Estes constrangimentos servem para melhorar o destino e assim contribuir para a fidelização da procura turística. Alguns destes constrangimentos são: pouca divulgação do património natural, transportes públicos, falta de certas infraestruturas, espaços comerciais, alojamento, localização, falta de promoção dos recursos turísticos, inexistente planeamento turístico, acessibilidade, falta de eventos culturais na cidade. Portanto, estes são alguns dos principais pontos a melhorar.

Noutra perspetiva, opôs-se uma questão também ela aberta com intuito de perceber quais os pontos fortes de Seia, sendo que os níveis de satisfação como tem demonstrado os

dados estatísticos são elevados, o que salienta que presumivelmente devem haver pontos fortes a ter em consideração neste destino. Neste sentido, os pontos fortes assinalados são os seguintes: alojamento, gastronomia, hospitalidade, queijo da Serra da Estrela, neve, torre, cidade acolhedora, paisagens das aldeias, turismo de inverno e verão, aldeias de montanha, percursos pedestres, cultura local e agricultura, proximidade com a Serra da Estrela. Estes são alguns dos principais pontos a ter em consideração como positivos no município de Seia, sendo que estes são os motivos que os inquiridos selecionam como sendo os principais fatores relativos aos pontos fortes de Seia.

Neste segundo ponto da experiência da procura turística, foram propostos alguns locais/atrações para visitar ou se já visitou neste concelho. Portanto, sabe-se que a procura turística pensa maioritariamente visitar, ou já visitou, os recursos naturais os museus, aldeias de montanha, recursos culturais, eventos culturais, C.I.S.E, bares e outros.

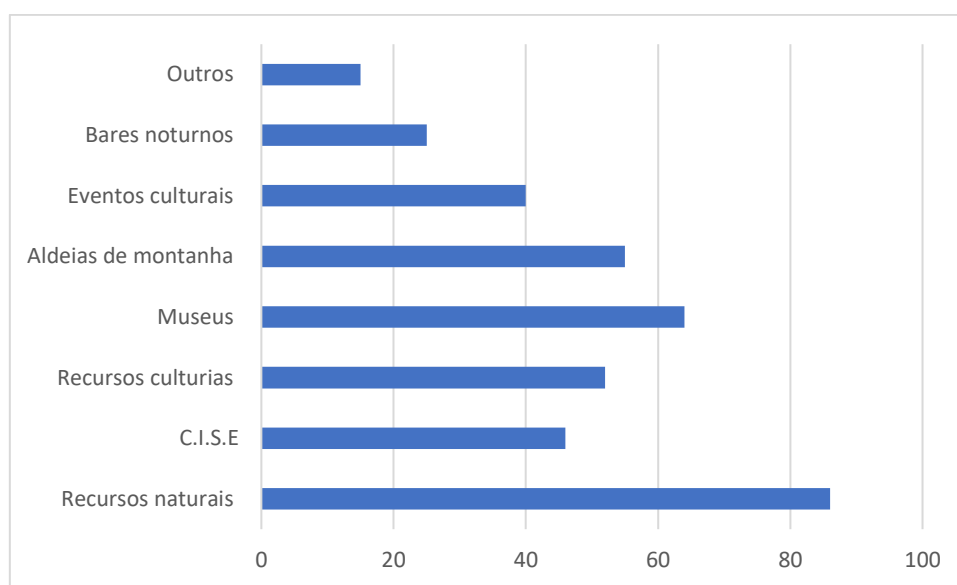


Gráfico 10. Atrações que os inquiridos visitaram ou pensaram em visitar na sua viagem

Fonte: Elaboração própria

Nesta viagem a procura turística salientou os recursos naturais como uma das principais atrações ou locais a visitar neste concelho, com 86 inquiridos. Paralelamente, sabe-se que os restantes valores dos diferentes locais não se encontram com grande distanciamento entre ambos, o que leva que a procura experiência diversos locais, ou se reparte por

diferentes atrações turísticas. Deste modo, a experiência apresenta-se como positiva, sendo que o nível de satisfação em visitar estes diferentes lugares é elevado.

Propôs-se ainda neste ponto relativo à experiência da procura, sugestões para melhorar a competitividade deste destino turístico. A informação foi obtida por pergunta aberta, onde o turista seria predisposto a colocar a sua opinião sugestiva. Alguns dos aspetos que se consideram pela procura turística são: melhorar a promoção e imagem dos destinos turístico, apostar no meio ambiente e nas tradições, melhorar as acessibilidades para o destino, melhorar infraestruturas de apoio ao turismo.

Animação turística e mundo rural

Neste ponto é avaliada a questão da animação turística aplicada ao mundo rural, em que se procura perceber se este subsetor do turismo é relevante para o turismo, para o meio rural e para este destino turístico em si. Começamos a avaliação tentando compreender qual o nível de importância que a procura turística considera ter relativamente à animação turística no setor do turismo. Os dados estatísticos demonstram numa primeira fase que a animação turística é um fator relevante ou importante para a área do turismo como se verifica nos dados apresentados. Dos inquiridos, 50 salientam que a animação turística é importante na área do turismo, enquanto que 26 salientam que é muito importante e, 10 salientam que este subsetor do turismo é fulcral na área do turismo. 3 dos respondentes dizem que esta é irrelevante na área do turismo. Isto quer dizer que a procura turística considera que a animação turística é fundamental para este setor, o que à partida é um indicador favorável da procura quanto à sua relação com a animação turística.

O mundo rural é um mundo com elevado património natural e cultural, com especificidades que criam interesse na procura turística em visitar e redescobrir os valores endógenos do espaço. Neste entendimento, colocou-se uma questão à procura turística acerca do património local. Nesta pergunta fechada a procura era convidada a responder se considerava que o património local é um fator relevante para atrair a procura turística para este destino turístico, sediado em áreas com elevado contexto rural, mais propriamente no concelho de Seia. Dos inquiridos, entende-se que grande maioria dos visitantes considera que o património local de Seia é relevante para a atração da procura para este destino turístico.

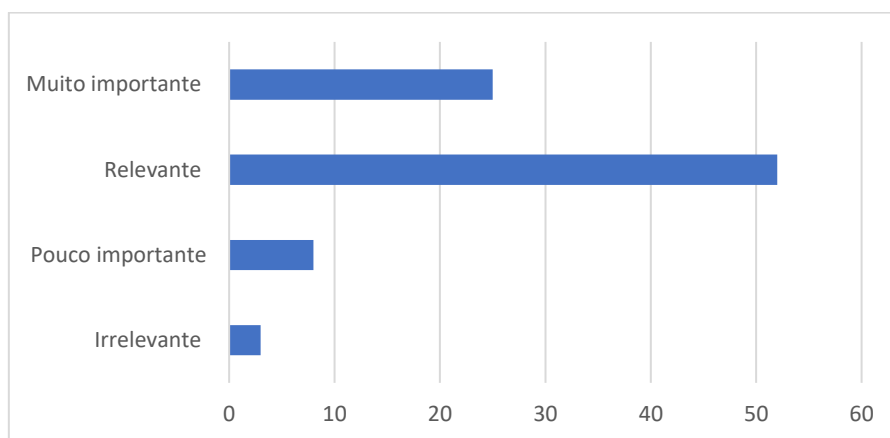


Gráfico 11. A importância do património local para se deslocar a Seia na percepção dos visitantes

Fonte: Elaboração própria

Neste pressuposto, a procura turística que visita este município de Seia considera que o património local é importante para a atrair para este destino turístico, ou seja, considera que o património é um fator relevante para a sua atração para este destino turístico.

Pretende-se avaliar a ideia de integração da animação turística em alojamentos locais. A procura turística avaliou que a ideia de integração da animação em estabelecimentos rurais, seria uma ideia positiva.

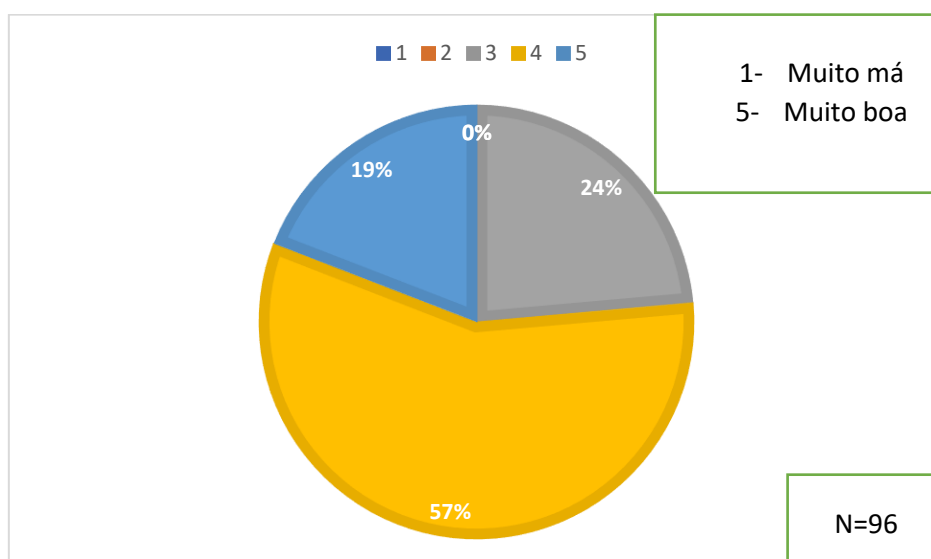


Gráfico 12. Como avalia a ideia de integração da animação turística em alojamentos locais

Fonte: Elaboração própria

O gráfico 12, demonstra que 19 % da procura turística salienta como positiva a ideia de integração da animação em áreas rurais, situando-se na escala de 5. Quanto aos 57% representados no gráfico estão no patamar de 4, que corresponde a ideia positiva aplicada em estabelecimentos de alojamento e no turismo no geral. Os restantes 24 % da procura turística considera como razoável a ideia da implementação da animação turística em áreas rurais. Portanto, sabe-se que esta questão da animação pode efetivamente ajudar a completar este setor, o que com a aceitação da procura turística torna mais facilitada esta tarefa. Numa outra questão fechada é avaliado o nível de satisfação das atividades apresentadas pelo alojamento em que se encontra alojado. Durante esta viagem o turista debateu-se com alojamentos turísticos que detinham atividades de animação turística inserida no meio. Estas atividades, teoricamente, seriam apresentadas dentro do contexto em que está inserido o território: atividades com carácter rural e cultural. Portanto, procurou-se entender qual o nível de satisfação da procura turística face a essas atividades apresentadas pelo espaço onde ficaram alojadas neste período, por parte dos estabelecimentos de modo a recrear a procura turística, com pretensão de se conhecer a pertinência que a animação tem nestes visitantes que se deslocam para estes destinos turísticos. Neste sentido foi elaborado um gráfico que facilite e tente interpretar mais facilmente os dados estatísticos quanto ao nível de satisfação da procura.

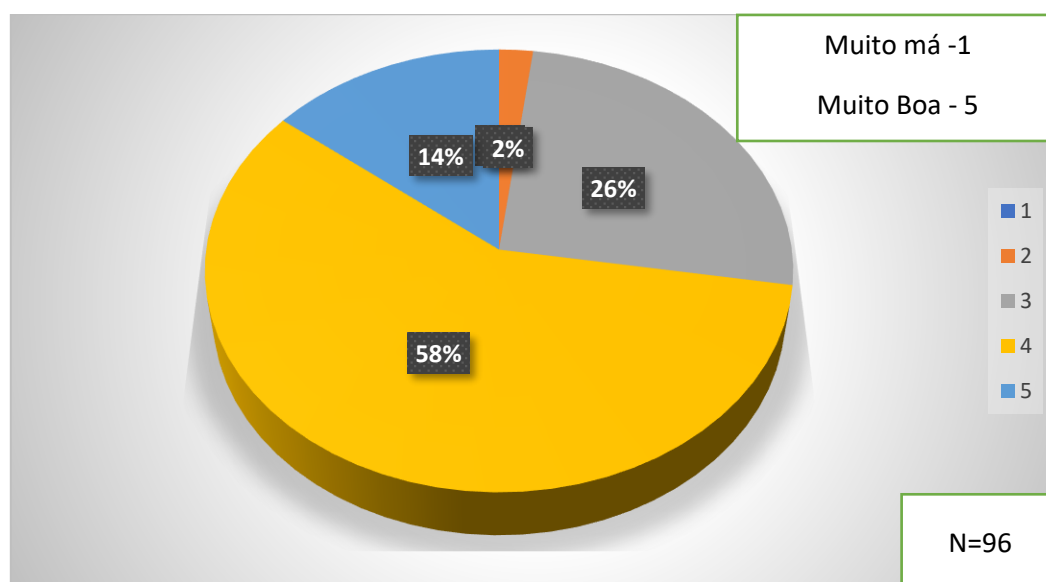


Gráfico 13. Nível de satisfação sobre as atividades apresentadas pelo alojamento em que se encontra alojado

Fonte: Elaboração própria

Este é um pressuposto de que a animação tem contribuído favoravelmente para o desenvolvimento do turismo, sendo que como salienta a procura turística, esta encontra-se satisfeita com as atividades propostas pelos alojamentos locais para a sua recreação. Apenas 2% da procura mostrou insatisfação quanto às atividades apresentadas pelos alojamentos de animação turística, enquanto que a restante percentagem de turistas salientou agrado relativamente à integração de atividades de animação turística em alojamentos com características rurais como os recursos endógenos locais afim de dar a conhecer as especificidades do território em jeito lúdico.

Neste sentido, a animação está a crescer em áreas rurais, com a tentativa de melhorar a imagem turística do destino e a satisfação da procura turística quanto à sua visita a este destino turístico. Neste sentido, propôs-se à procura turística, no inquérito por questionário, que esta respondesse a uma questão fechada relacionada com o ponto de animação turística em meio rural. A questão apresentada seria se a procura turística considera que o meio rural necessita de maior quantidade de atividades de animação turística.

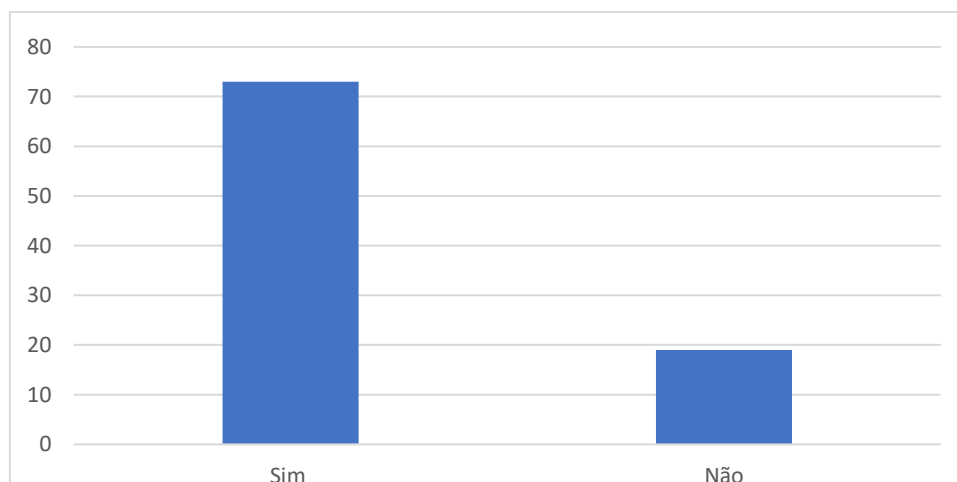


Gráfico 14. Considera que o meio rural necessita de maior quantidade de atividades de animação turística.

Fonte: Elaboração própria

Neste sentido, o gráfico 14, apresenta a opinião da procura turística que visita ou visitou este território durante esta viagem. A procura turística salientou que este meio rural necessita de maior quantidade de atividades de animação turística para que esteja de agrado com as necessidades da procura e dos próprios territórios. 73 dos inquiridos

salientaram que o meio rural precisa de maior número de atividades de animação turística, enquanto que 19 considera que não. Deve-se ter em conta que o n=96.

Ainda relativamente ao ponto da animação turística em mundo rural, foi colocada uma outra questão, quanto ao impacto que a COVID-19 terá nas suas futuras deslocações. Pretendeu-se saber se a COVID-19 terá consequências nas deslocações da procura turística, ou se modificará a sua forma de proceder. Neste sentido foi colocada uma pergunta fechada, em que o SIM correspondia a que a COVID terá impactos futuros nas deslocações dos visitantes, enquanto que NÃO correspondia a que a COVID-19 não terá futuros impactos na maneira de proceder da procura turística.

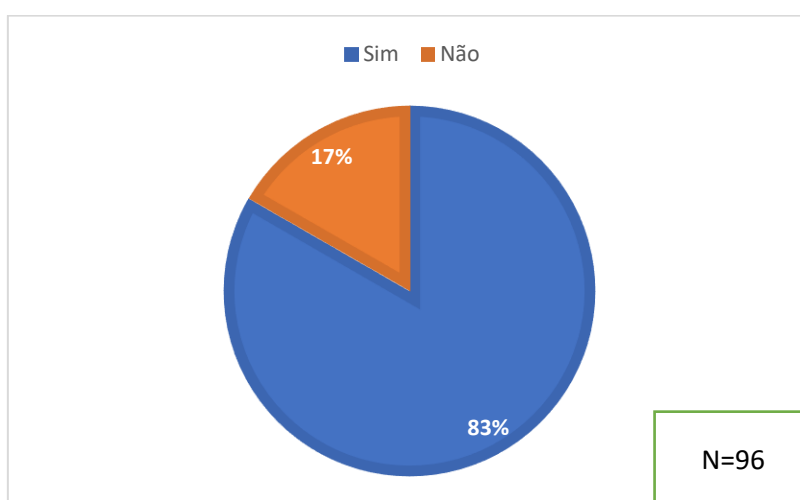


Gráfico 15 – Considera que o COVID-19 terá impacto nas suas futuras deslocações turísticas

Fonte: Elaboração Própria

Como se verifica no gráfico 15, a COVID-19 terá impacto nas futuras deslocações da procura turística, com 83% da procura a responder que sim, enquanto que o 17% salienta que a COVID-19 não terá impactos na sua forma de deslocar para um destino turístico. Neste pressuposto, o turismo deve estar preparado para se adaptar às novas exigências e necessidades, isto porque como se consta, esta pandemia está a alterar os comportamentos das pessoas, sendo que o meio rural *à priori* é o destino que se posiciona para receber uma procura turística cada vez mais padronizada para um determinado tipo de comportamentos, torna-se numa oportunidade.

Numa última questão acerca deste ponto de animação turística no mundo rural, procedeu-se à elaboração de um conjunto de atividades propostas à procura na intenção de perceber quais destas atividades mais se assemelhavam com as suas necessidades: rota da transumância, feitura do queijo da Serra da Estrela, ordenha do gado, feitura da broa de loriga, cantares populares, rota da prova de vinhos e gastronomia, vindimas e produção de vinho artesanal.

Identificação do visitante

Neste último ponto do inquérito por questionário foi elaborado um conjunto de questões que permitiam conhecer melhor a procura turística que visita Seia. Na identificação do género da procura turística que visita este território, a maioria é do género masculino com 54% e, 46% do género feminino.

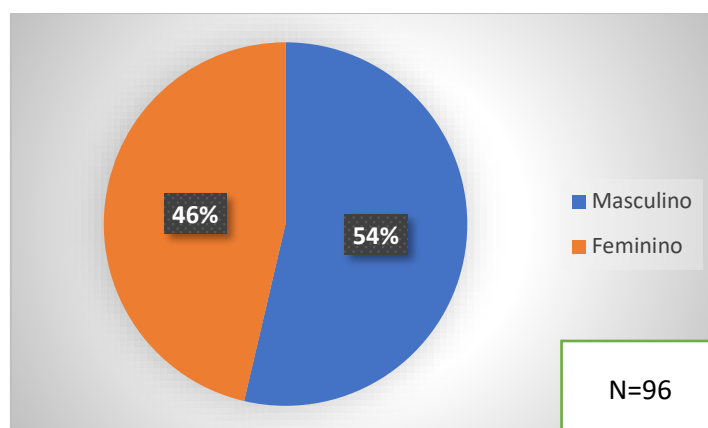


Gráfico 16. Distribuição do visitante por género

Fonte: Elaboração própria

Para que seja analisada a procura procedeu-se em conhecer a faixa etária em que esta se situava, sendo que estes valores são apresentados no gráfico que se segue:

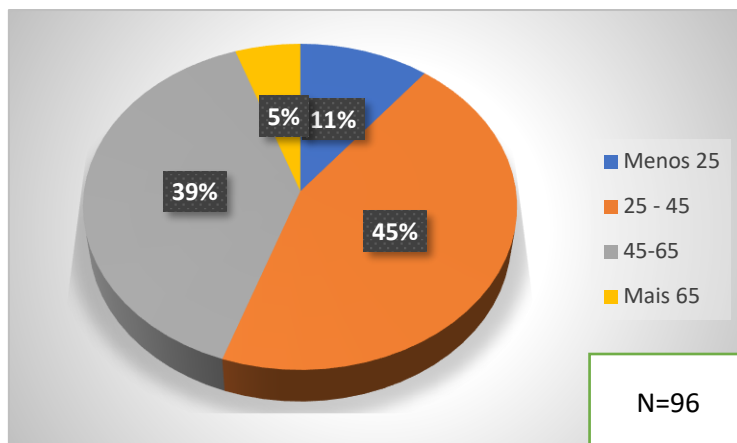


Gráfico 17. Distribuição do visitante por faixa etária (anos)

Fonte: Elaboração própria

Constata-se que a procura turística está grandemente situada na faixa etária dos 25 aos 45 anos de idade com 45% do total enquanto que 39% está na faixa etária que corresponde aos 45-65 anos de idade. 11% tem menos de 25 anos e 5% tem mais de 65 anos. Portanto, a procura turística destaca-se por ser uma procura maioritariamente jovem e ativa para o desenvolvimento de atividades de turismo. Procurou-se identificar também outros parâmetros da procura turística que visita Seia. Foram colocadas em pergunta fechada diversas opções de escolaridade que o visitante pudesse escolher. Aquele que correspondeu a 40%, foi o ensino secundário, seguido da licenciatura e ensino básico. Portanto, consta-se que a procura turística tem escolaridade com um nível médio elevado, sendo por isso uma procura que tem conhecimento cultural, reconhecendo a preservação e a conservação.

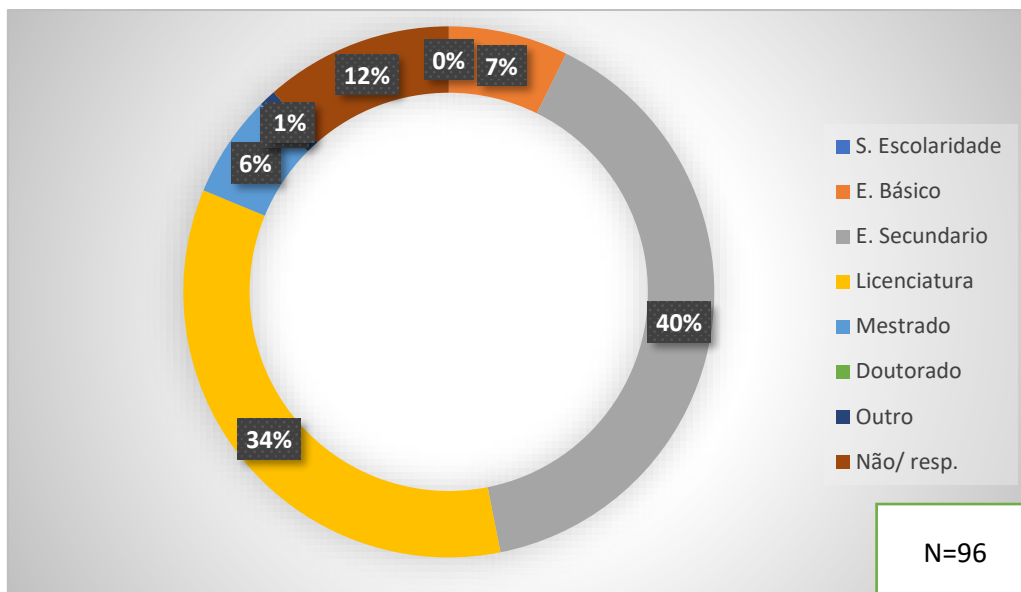


Gráfico 18. Distribuição do visitante por habilitações literárias

Fonte: Elaboração própria

O ensino secundário é a principal habilitação literária da procura turística com 40% do total dos inquiridos, seguido da licenciatura com 34% dos inquiridos. Relativamente à distribuição geográfica entende-se que a procura turística provém maioritariamente do distrito da Guarda, Porto e Coimbra como mostra o gráfico 18, onde se denota que a procura turística desloca-se em grande parte do centro e norte do país para este destino. O que quer dizer que a proximidade geográfica pode ser um fator decisivo para que isto aconteça.

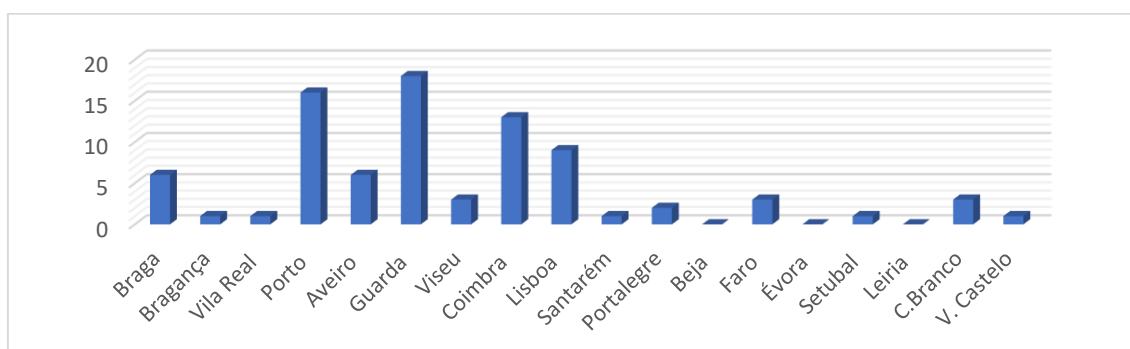


Gráfico 19. Distribuição do visitante por distrito de residência

Fonte: Elaboração própria

Relativamente à distribuição geográfica por concelho denota-se que a procura turística se desloca de 44 concelhos distintos para visitar Seia. A nível nacional esta quantidade de

concelhos representa 14% do total de concelhos existentes em solo. Apura-se com estes resultados que a procura turística é dispersa e que existe diversidade na forma como se deslocam. Estes dados foram retirados dos inquéritos por questionário feitos aos visitantes que se deslocavam para Seia e que ficavam alojados em alojamentos locais. A maneira de obter os dados foi através de uma pergunta aberta em que cada um dos respondentes respondia que concelho de onde vinha e o local de onde viajavam para este município.

Outros dados apurados acerca da procura foi a sua situação face ao emprego. Grande parte da procura responde que trabalha por conta de outrem, seguido de trabalhador por conta própria e reformado/ aposentado, como se observa na seguinte tabela:

Tabela 21. Identificação da procura turística que visita este município de Seia

Situação face ao emprego da procura turística que visita o município de Seia (n=96)	
Desempregado (a)	0
Estudante	2
Trabalhador por conta de outrem	64
Trabalhador por conta própria	16
Reformado/ aposentado (a)	10
À procura do 1º emprego	0
Estudante-trabalhador	6

Fonte: Elaboração própria

8. Proposta de desenvolvimento de atividades de animação turística ligadas ao mundo rural para o Município de Seia

A proposta de desenvolvimento para o município de Seia é o resultado da recolha bibliográfica e de informação de maneira extensiva que caracteriza este município, pela oferta turística que apresenta, pela quantidade de empresas de animação turística, pela quantidade de empresas de restauração, de alojamentos, empreendimentos turístico, recursos naturais e culturais existentes neste território. Esta recolha de informação, serve para num primeiro patamar, averiguar aquilo que existe a nível de oferta, para que posteriormente seja desenvolvida de forma inovadora um novo conceito de animação turística. Também a recolha de informação se dita importante, porque permitiu conhecer as suas necessidades, os seus desejos e motivações em relação a escolha de um destino que apresente atividades rurais.

Pretende-se a partir de recursos ligados ao património rural, património cultural e natural, criar uma oferta de atividades de animação turística com base nas ancestralidades locais e nos recursos naturais e culturais existentes.

Portanto, este plano de atividades será indutor ou constituirá uma base de desenvolvimento sustentável a nível turístico para a região da Serra da Estrela, mais precisamente para o município de Seia.

Paralelamente, este projeto será um contributo *à priori* positivo para as empresas. A sua viabilidade depende da capacidade de cada um. Ou seja, dos gestores.

Portanto, objetiva-se ainda que os produtos locais sejam valorizados. Isto é, uma revalorização do meio rural, das suas culturas e da sua ancestralidade, sendo este o ponto de partida para a realização desta proposta de desenvolvimento. Pretende-se dar um contributo no posicionamento do município no mercado da oferta, o que para isso o plano e a estratégia deve ser variada e apresentar qualidade nos seus produtos.

O mundo rural vive hoje uma nova fase de desenvolvimento e procura adaptar-se às novas exigências dos consumidores. Esse desenvolvimento passa pela integração de novos setores como o turismo e a animação turística como atividade de preservação, conservação, promoção e económica. Deste modo, a aposta na animação turística para o município de Seia deve passar pela estruturação de um plano de atividades com o

fundamento de recrear a procura turística. A aposta neste concelho deve-se à falta de atividades de animação. Este modelo deve ainda ser inovador, colaborativo e profissional, orientado para a prestação de um serviço de qualidade.

O município em estudo tem potencial para se afirmar enquanto destino turístico, como uma forte imagem ligada à animação turística. Projetos como este de criação de planos de atividades rurais designam-se como fundamentais para a sustentabilidade do espaço. As atividades poderão passar por percursos pedestres na natureza que abrange esta região da Serra da Estrela, pela experiencição local em especificidades ligadas ao rural, como as que se apresentam de seguida, ou por programas de sensibilização ambiental. Estas são fundamentais numa visão estratégica para o desenvolvimento do município de Seia.

A oferta turística apesar de ter crescido ao longo dos últimos anos, denota-se que necessita de maior quantidade de atividades de recreação.

Paralelamente, este projeto levará à criação de riqueza, bem como de emprego, o que será benéfico para a região. O concelho de Seia procura adaptar-se aos novos consumidores do turismo, que são, mais exigentes, têm um nível de formação superior e procuram lugares onde existe um turismo educativo, alternativo e sustentável. Portanto, para responder a essas necessidades, propõe-se um plano de atividades de animação que vá ao encontro das exigências da procura turística atual.

Pretende-se ainda construir através da atividade agrícola, práticas de animação turística que sirvam de base de desenvolvimento para a região, para os estabelecimentos hoteleiros e para as empresas de animação que usem esta atividade. Neste sentido, é fundamental estabelecer a ligação entre as tipologias da animação turística com as atividades de animação, no qual se pretende verificar se estas atividades são adaptativas aos estabelecimentos hoteleiros. Estas atividades devem ser um importante elo de ligação

Esta proposta de desenvolvimento é baseada na inovação, diferenciação e na diversidade, que se aplica a Seia. A existência de empresas de animação, entidades da área, ou estabelecimentos de alojamentos, são primordiais para a concretização deste plano de atividades de animação. Pretende-se então expandir o conceito, a vários dos empreendimentos situados no concelho de modo a divulgar os produtos endógenos da região à procura turística. É objetivado ainda envolver as comunidades locais nesta estratégia de desenvolvimento, para que assim se mantenha sempre a identidade local e que as gentes se sintam motivadas a participar. Como referido no capítulo da animação

turística (capítulo 3), a animação destina-se para os praticantes e para os que apenas assistem, pois é dirigida a todos os intervenientes.

As atividades de animação pretendem ser um fator de crescimento a nível promocional dos produtos endógenos ligados ao mundo rural, ser uma forma de revalorização do divertimento, do lúdico dentro do meio rural. Em paralelo, apresentam-se um conjunto de objetivos que caracterizam a proposta de desenvolvimento:

- Melhorar a oferta turística na vertente de animação turística de Seia;
- Aumentar quantitativa e qualitativamente a oferta turística dos estabelecimentos hoteleiros do concelho de Seia;
- Induzir a prática de atividades de animação turística em mais estabelecimentos hoteleiros, (do que os daqueles em que já existe);
- Dar mais opções de oferta às empresas de animação turística que se disponibilizem a por em prática as atividades;
- Promover o mundo rural;
- Conservar as tradições, hábitos, costumes, ou seja, a cultura local;
- Preservar o meio ambiente e o meio rural;
- Ser uma estratégia inovadora e diferenciadora que atraia novos consumidores turísticos para Seia;

Portanto, as atividades destinam-se aos estabelecimentos hoteleiros do município, às empresas de animação turística e a outras entidades do ramo. São atividades inseridas na agricultura da região, onde estão inseridos produtos típicos do espaço. O principal objetivo desta estratégia de plano de atividades é conceber novas oportunidades ao espaço rural, às suas especificidades, no qual se permite com que estas se desenvolvam.

A proposta de desenvolvimento designa-se como uma proposta relativa à inclusão de atividades rurais em atividades de animação turística, o que se procede ao conhecimento prévio da procura, do que desejam e as motivações turísticas ligadas ao mundo rural para que posteriormente se possa propor um misto de atividades que estejam de acordo com as suas próprias intenções de viajar e de se recrearem neste destino. Portanto, apresentam-

se algumas das atividades que se propuseram aos turistas nos inquéritos e que servem de estudo ou para serem postas em prática.

Tabela 22. Atividades propostas do projeto de animação turística em mundo rural, no caso de Seia

Atividades já existentes no concelho de Seia
Rota da Transumância
Feitura do queijo da Serra da Estrela
Feitura da Broa tradicional de Loriga
Noite das caçoilas do Sabugueiro, degustação dos tradicionais pratos
Feitura de magusto, compotas e doçaria tradicional com os frutos da época
Atividades que ainda não existem no concelho de Seia
Moagem do milho em processos de artesanais, com em moinhos de água/ vento
Tosquia do gado
Cultivo do milho
Desfolhada
Cantares populares
Rota da prova de vinhos e gastronomia típica
Apanha da azeitona
Vindimas e produção de vinho artesanal
Semeio da batata, feijão
Assimilação de processos de cultivo
Malha do centeio de trigo
Apanha da maçã, pêra, morango, castanha
Ordenha do gado

Fonte: Elaboração própria

Existem uma série de atividades que já são praticadas no concelho de Seia, como a rota da transumância; feitura do queijo da Serra da Estrela, feitura da broa tradicional de Loriga.

Estas atividades rurais apresentadas aos turistas, em que objetivamente se pretendia entender quais destas despertavam maior interesse na procura turística em praticá-las. Paralelamente, existem um conjunto de questões que devem ser percebidas antes da criação do projeto e que dizem respeito ao planeamento como, para quem, para quê, para onde e quando. Estes são algumas das interrogações que devem ser respondidas no desenvolvimento de um projeto de animação turística. Outros aspetos a ter em consideração são o estudo do mercado, conhecer o público alvo, estudo do meio envolvente, instrumentos de promoção, são algumas componentes que levam ao sucesso os planos de animação turística.

As atividades apresentadas enquadram-se maioritariamente no setor agrícola, o que traduz uma importância acrescida desta atividade. As atividades devem ser repartidas ao longo do ano, para que sazonalidade seja a menor possível.

Na região da Serra da Estrela e mais concretamente no concelho de Seia, verifica-se que existe uma panóplia de atividades rurais que podem ser integradas em atos recreativos, sendo que este território apresenta um misto de atividades que podem constituir atividades de animação turística. Portanto, dentro das atividades propostas, propõem-se atividades de animação rurais como por exemplo a apanha da azeitona. Esta que ocorre em épocas de frio, entre os meses de dezembro e janeiro, o que traria benefícios gerais como a redução da sazonalidade do turismo, que pode solucionar esse problema na implementação de estratégias de desenvolvimento sustentável em áreas rurais.

O turista teria então contacto com todos os processos de desenvolvimento do azeite, em que se incluiria este turista nas atividades agrícolas da apanha da azeitona. No concelho existem algumas entidades que realizam esta atividade de forma comercial e, também já existe alguns estabelecimentos de alojamento turístico que realiza esta atividade para recrear. Portanto, a proposta de atividades rurais é uma forma de completar os atos recreativos já existentes, ou seja, se possível adicionar um ato de inovação. As necessidades da procura seriam assim colmatadas com os procedimentos da produção do azeite, que passam pela apanha, a escolha da azeitona e a sua transportação para a fundição do azeite e sequente prova do azeite em migas tradicionais feitas em tons de provar o azeite. A atividade da apanha da azeitona é restrita e deve ser exclusivamente reservada a turistas específicos que queiram mesmo praticar a atividade isto porque após a azeitona estar apanhada esta atividade acaba por se escamotear. Acontece o mesmo com as vindimas, que são outra das atividades propostas para o desenvolvimento recreativo e cultural do turista. Existem empresas, bem como estabelecimentos de alojamentos turísticos que já realizam esta atividade. Portanto, a ideia desta atividade seria a inclusão da gastronomia típica, dos cantares populares típicos da região nas atividades das vindimas, de modo a que o turista consiga ter várias experiências numa só atividade turística. Paralelamente, as vindimas são consideradas como atividades agrícolas, como o ato de recolher os frutos da época. É uma atividade típica da região e do município de Seia, em que em outubro esta prática é feita de maneira a produzir o vinho para a região.

Portanto, a proposta que é estabelecida é acerca da produção do vinho, que inclui diversos processos, que vão desde a recolha do fruto, aos cantares populares aquando a recolha é

feita e, também a prova de vinhos em adegas, de modo a que o turista possa ter experiência de contactar com as castas, que são as qualidades da uva, fruto que dá origem ao vinho, em que cada região detém uma casta diferente, ou seja, um tipo de uva diferenciado que dá sabor distinto moderando de região em região. Os cantares populares são propostos para animar os processos de recolha de uva, em que em anos transatos eram usados como um modo de distração e um modo de facilitar o trabalho árduo que é a recolha das uvas em processo manual. Logo, essa atividade seria requalificada de maneira a ser implementada novamente em áreas rurais, onde existe a produção de vinhos ou quintas que tentam produzir tais factos.

Portanto, o objetivo era que esses rituais fossem implementados em casas de campo e de agroturismo, com objetivo de revitalizar e permitir com que os alojamentos passassem esse património aos turistas e dessem uma imagem mais autêntica do destino. Em consentimento, designa-se que as atividades rurais também podem ser aplicadas por empresas de animação ou outras que se queiram associar à atividade.

Neste propósito, uma das atividades que é proposta ainda, para o desenvolvimento da região/ município de Seia, é a feitura da broa tradicional, em que devido à existência dos moinhos de água e de vento, à existência dos socalcos, dos agricultores que cultivam o milho e, pela ainda existência de fornos a lenha, entende-se que esta atividade ancestral se poderia estender a diversas aldeias do município, onde principalmente existe sobretudo os valores rurais associados a esta ou necessários para a prática da atividade. Apesar da vila de Loriga já conter a sua feitura para fins de comercialização e, de esta ser uma das imagens de marca da região, a proposta seria em completar essa feitura em jeito de animação, permitindo que o turista conseguisse ter o contacto direto com a sua feitura, com os processos dessa mesma produção, isto é, ser o turista a produzir a farinha em moinhos tradicionais e, a cozer o pão em forno a lenha e, a degustar do pão no final da sua cozedura, tendo sempre o auxílio de produtos regionais locais.

A feitura do queijo da Serra da Estrela é uma das atividades propostas neste plano de atividades, sendo que esta atividade não é apenas restrita a uma determinada época como são as outras apresentadas anteriormente, podendo assim ser realizada em várias alturas do ano, enquanto as ovelhas estão num processo de darem leite. Contudo, propõe-se que o turista tenha experiências com as ovelhas bordeleiras que é a raça mais afamada da Serra da Estrela, da zona. Essas experiências passam pela tosquia da ovelha, que é o processo do corte da lã, em determinada época do ano, também o contacto com a ordenha

da ovelha, que se traduz como o procedimento da tiragem do leite da ovelha, onde o turista pode efetivamente executar essa tarefa, de modo a perceber como eram feitos ancestralmente esses processos agrícolas ligados à pastorícia. Paralelamente, numa outra fase do plano pretende-se realizar e perceber como eram feitos os queijos, a partir de que material e que procedimentos eram impostos para que esses queijos fossem então concretizados, em que é proposto o contacto dos turistas com as fazedoras do queijo antigas, de modo a que possa na realidade ter uma experiência próxima com esse procedimento. Quanto à proposta são propostas atividades ligadas à pastorícia que podem ser postas em prática por empresas ou por estabelecimentos de alojamento turístico.

São propostas ainda atividades agrícolas como o semeio da batata, a apanha do morango e castanha. Estas são atividades onde o turista tem o contacto com a natureza e com o setor agrícola em si. A atividade do semeio da batata é uma atividade que é feita em época específica, sendo que a sua produção é realizada em épocas particularizadas. Neste domínio, o planeamento de atividades agrícolas pode ser inculcado também em estabelecimentos de alojamento turístico ou em empresas de animação turística que desenvolvam atividades ligadas ao mundo rural. A plantação do morango e a sua colheita são dois procedimentos que são praticados no ato agrícola e, o que se propõe neste plano de atividades é o facto de o turista retirar a experiência de ser agricultor dos próprios morangos, para que no final da apanha os possa degustar.

Tabela 23. Atividades de animação turística a implementar em empreendimentos turísticos, Animação hoteleira

Atividades de animação hoteleira
Empreendimentos e alojamentos rurais
Categorias - Agricultura
-Ordenha do gado, tosquia do gado
- Passeio de bicicleta
- Apanha da Azeitona
- Cultivo do milho
- Desfolhada
- Cantares populares
- Semeio da batata, feijão
- Apanha da maçã, pera, morango, castanha
Gastronomia

<ul style="list-style-type: none"> - Feitura do magusto, compotas e doçaria tradicional com frutos da época - Noite das caçoilas do Sabugueiro, degustação dos pratos tradicionais - Vindimas e produção de vinho de maneira artesanal - Rota dos vinhos e da gastronomia típica
Recreação e entretenimento
<ul style="list-style-type: none"> - Cantares Populares

Fonte: Elaboração própria

Na parte da animação hoteleira em empreendimentos turísticos rurais, são propostas diferentes atividades de diversas categorias. Portanto, propõe-se este guião de atividades de animação hoteleira rural com fundamento de dar maior capacidade à oferta existente, sendo que a oferta hoteleira do concelho é maioritariamente rural, baseada em alojamento local e em empreendimentos turísticos de carácter rural. Grande parte dos estabelecimentos detém pouca quantidade de atividades de animação hoteleira, o que neste caso se propõe estas atividades que objetivem completar os serviços de animação.

As atividades de animação para empresas de animação turístico desportivas baseiam-se sobretudo em valores ligados à natureza. Serão realizadas a partir de empreendimentos turísticos.

Tabela 24. Atividades de animação para empresas de animação turístico desportivas

Atividades de animação para empresas de animação turístico-desportivas
Percursos pedestres
Passeios a cavalo, burro
Itinerários de turismo de natureza e paisagístico e cultural
Bicicleta, btt, rotas culturais e de natureza em bicicleta

Fonte: Elaboração própria

9. Conclusões

9.1 Conclusões e contributos

Com este trabalho de investigação conclui-se que o turismo é um setor prioritário para as economias, para áreas rurais e para zonas onde existe elevado conteúdo de recursos naturais e culturais, estabelecendo-se como um conceito que visa sobretudo difundir a cultura, as especificidades locais valorizar as tradições, os hábitos, costumes, as paisagens naturais e toda a sua envolvência.

O turismo tem uma importância acrescida no desenvolvimento da economia e de outras dimensões do espaço, o que então em áreas rurais deve ser percebido como um setor com funcionalidade semelhante ao agrícola, que contém também capacidade de desenvolvimento do território com particularidades que o definem enquanto setor comercial e setor de lazer. A sua junção ao setor do turismo constitui uma mais valia para o território, isto porque permite manter a estabilidade do espaço e a própria identidade do território seja preservada, ao conceito de sustentabilidade através da prática de atividades rurais em ato de lazer.

Paralelamente, percebeu-se que a animação turística é um subsetor do turismo que se enquadra nas vertentes da sustentabilidade do turismo, sendo que a sua inclusão em áreas onde é preciso revitalizar os recursos e produtos existentes, constitui-se uma solução.

O desenvolvimento económico e social do território transcende oportunidades de desenvolvimento turístico. Entende-se então que a animação turística seja uma parte estruturante no desenvolvimento económico e social do território, porque consegue fazer com que essas dimensões sejam demarcadas por elementos positivos.

Deste modo, entende-se que animar é fundamental para espaços rurais, permitindo recriações e maior funcionalidade. Para isso é necessário antever através do planeamento que o turismo funciona. Verifica-se que existem muitas atividades rurais que podem integrar as funcionalidades da animação turística, bastando que esse planeamento tenha capacidade de manter a identidade territorial através da sustentabilidade do espaço. Quanto a Seia, este lugar apresenta características diferenciadas dos lugares urbanos, sendo constituído como um território maioritariamente rural com recursos naturais e culturais

que geram práticas de trabalho como a agricultura, o artesanato, a gastronomia típica. Ou seja, um conjunto de atividades que ingressam os valores endógenos e que neste projeto se investiga a sua possível integração em atividades de animação turística. Apesar da escassa existência de empresas de animação turística no município, percebe-se que hoje em dia o turismo constitui uma oportunidade de desenvolvimento territorial para áreas onde existe precariedade económica e social, onde a procura efetiva é sobretudo uma procura mais equacionada para práticas onde se incluem os valores naturais e culturais. Portanto, a animação turística poderá influenciar o crescimento do espaço a nível turístico com impacto noutras vertentes.

A animação turística é uma área diferenciada de outras áreas de lazer. A sua perspetiva atual demonstra que a animação turística é essencial para o desenvolvimento económico e social dos territórios

A animação turística é um subsetor do turismo que pode estabelecer-se como uma área fundamental para o concelho, sendo que a aposta neste tipo de iniciativas sustentáveis certamente que dará maior estabilidade e projeção ao território. Conclui-se também que a animação turística é um dos elementos base para o crescimento da valorização dos recursos endógenos, promovidos de forma equilibrada, indo então ao encontro do conceito de sustentabilidade, pelo conceito ambiental e adaptativo a outros valores do território como o social e o cultural. Impulsionado pela animação turística como incremento de um espaço, ou na ajuda da sua complementaridade.

Quanto à procura turística que visita Seia, verifica-se que esta tem uma opinião positiva formada quanto à implementação da animação turística em áreas rurais e quanto às atividades rurais, com que atividades para as agrícolas e gastronómicas ligadas ao meio rural, o que leva ao entendimento de que a procura turística é sobretudo uma procura que se insere neste meio rural e que tem interesse em realizar atividades de turismo rural. Paralelamente, entende-se que a animação turística é destacada pela procura turística para colmatar a ausência de atividades de animação que complementem este território. Também se percebe que quanto aos dados apurados, que a procura turística é uma procura jovem e formada, que quer experienciar novas oportunidades e experiências turísticas, por meio de atividades de animação. A escolha deste destino turístico deve-se ao facto de haver recreação já existente e práticas de lazer, sendo que é o que demonstra os diferentes valores dos inquéritos por questionário, que salientam que a animação se torna num fator revitalizador. Neste sentido, foram propostas atividades de animação que complementem

essas necessidades da procura turística, sendo que grande maioria desta refere que a animação turística deveria ser implementada com maior quantidade de atividades de animação, permitindo assim com que os turistas redescobrissem algumas das especificidades locais, valores entre outros fatores que constituem este território.

Paralelamente, consta-se que o turismo será impactado pela COVID-19, sendo que a procura turística salienta que este surto poderá trazer consequências negativas para os diferentes pressupostos da animação e, do turismo, sendo que maioritariamente, também especificando, a procura responde que este fator será determinante nas suas deslocações futuras, o que poderá ser um fator negativo para os destinos e, para os diferentes territórios.

9.2 Principais dificuldades e limitações no estudo

Uma investigação é o resultado de um longo percurso de estudo e dedicação, tentando procurar respostas para os objetivos, problema e para a pergunta de partida. Portanto, durante este mesmo estudo ocorrem situações e dificuldades inesperadas que dificultam por qualquer motivo o trabalho. Neste sentido, o presente trabalho que teve como base a animação turística em meio rural, no município de Seia, em que se buscou compreender os comportamentos da procura turística que visitou este concelho, para que posteriormente se criasse uma base de atividades a implementar em empresas, alojamentos e, outras entidades da área, teve com contrapontos a limitação de informação acerca do desta temática, de animação turística em meio rural.

Outra limitação esteve relacionada com a pouca informação relativa aos empreendimentos rurais e empresas de animação do concelho, o que acabou por dificultar a sua conceptualização, apresentando-se apenas informação quantitativa e quase nula informação qualitativa.

Portanto, ainda como dificuldades do estudo, verificam-se as seguintes: a falta de informação e conteúdos acerca da animação hoteleira em alojamentos rurais, o que *à priori* dificultou a proposta de desenvolvimento que incidiu em criar um conjunto de atividades de animação turística para estes empreendimentos. Em consonância, outra das dificuldades encontradas neste estudo, está relacionada com a recolha de dados através do inquérito por questionário, onde aparecem algumas dificuldades como a indisponibilidade da procura turística em preencher os inquéritos, o que limitou a nível de tempo o estudo.

Entende-se que como limitações do estudo aparecem ainda outros fatores como a falta de alojamentos com capacidade para receber as atividades de animação turística, bem como empresas de animação no município, que desenvolvam a atividade, o que para a aplicação da proposta se torna mais limitativo, sendo que coexiste a falta de entidades para que seja posta em prática as atividades. Também como limitação ao estudo verifica-se a indisponibilidade de tempo para a concretização dos inquéritos.

9.3 Sugestões para investigações futuras

Como sugestões para futuras investigações pretendem-se deixar algumas considerações como a sugestão da realização de futuros estudos empíricos, novas entrevistas aos estabelecimentos hoteleiros rurais, tentando perceber mais pormenorizadamente a importância que a animação turística tem nestas áreas, sobretudo nas rurais e, nos estabelecimentos existentes, ou seja, observar-se o impacto da animação no contexto hoteleiro rural.

Pretende-se então deixar algumas sugestões para futuras investigações como o aprofundamento da temática em animação hoteleira, em empreendimento e alojamentos rurais, a exploração de novas atividades rurais do município para serem integradas no espaço, nos estabelecimentos hoteleiros da região e, nas empresas de animação e, ainda a elaboração de uma nova atividade ligada ao mundo rural com pretensão de ser integrada nesta área.

Logo, sugere-se também a elaboração de atividades que envolvam a comunidade local e com isso perceber no final através de entrevistas aos habitantes se estes estão satisfeitos com a prestação da animação turística na vertente rural, se esta atividade turística constitui um benefício para as suas necessidades.

Quando se elabora uma investigação desta natureza tem de se ter em conta que existe outro prisma a seguir, o que então outra estratégia metodológica que permita a recolha de dados, seria uma sugestão futura.

Referências bibliográficas

Albuquerque, H., (2004). Turismo Sustentável nas Zonas Costeiras. O Caso das Praias de Mira, Tese de Mestrado, Universidade de Aveiro, p.7-12.

Almeida, P., (2003). *O contributo da animação turística para o aumento das taxas de ocupação de uma região*, Tese de Mestrado, Universidade de Aveiro, p.62-74.

Almeida, P., Araújo, S., (2012). Introdução à gestão de animação turística 1ª edição, Edições técnicas LIDEL.

Almiro, I., (2012). Turismo Sustentável: Análise Crítica dos Rótulos Sustentáveis aplicáveis aos Operadores Turísticos em Portugal, Universidade de Lisboa, Faculdade de Ciências p.1-5.

Alves, T., e Ferreira, C., O (2009). Lado Lunar da Animação Turística: uma estratégia de planeamento e desenvolvimento turístico e territorial, 2009 In book: Animação Turística (pp.pp. 96-106) Chapter: 2.3. Publisher: APAP - Associação Portuguesa de Animação e Pedagogia Editors: Américo Peres, Marcelino Lopes.

Alves, J., (2012). Sobre o património rural: Contributos para a clarificação de um conceito.

Araújo, A., (2013). A animação turística como um contributo para o desenvolvimento cultural direcionado para o turismo de cruzeiros na ilha de São Vicente, Instituto Superior de Ciência Económicas e Empresariais, p.14.

Beni, M., (2020), Turismo e Covid-19: Algumas Reflexões, Rosa dos Ventos, Turismo e Hospitalidade, p.2,4.

Bernard, V., (2014). O benchmarking como ferramenta de gestão para a indústria do calçado, Universidade Portucalense.

Botelho, P.R.M., (2013). Fatores Motivadores na Escolha do Destino Turístico, Mestrado em: Marketing e Comunicação, Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Oliveira do Hospital.

Bucho, D., (2014). Conceito, características, potencialidades e urgências do Património Rural, Instituto Politécnico de Portalegre.

Cardoso, P., (2011) Dinâmicas do Mundo Rural no Virar do Século. O Concelho do Sabugal, Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, p.23-35.

Carvalho, P., Alves, L., (2017). Animação turística, inovação e criatividade no desenvolvimento rural. O caso das aldeias do xisto, Universidade de Coimbra, Centro de estudos de geografia e ordenamento do território (CEGOT).

Carvalho, P. Marujo, M.N., (2010). Turismo, planeamento e desenvolvimento sustentável, p.149-155.

Cordeiro, B., Carvalho, P., Alvez, L., (2015). O ecoturismo em Portugal: Uma análise exploratória aos agentes de animação Turística e a sua particular relação com o ecobusiness, Turydes, vol.8, p. 8.

Cordeiro, T., (2010). Turismo em Espaço Rural, Campo&Arte, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril p.4-10.

Cristina. M., Angélico, M., Batalha., Mario. (2011), A indústria do turismo: história, características e tendências.

Cunha, L., Abrantes, A., (2013), Introdução ao turismo, Edições técnicas LIDEL.

Cavaco, C., Desafios de desenvolvimento rural, pág.99.

Daniel, A., (2010). Caracterização do Sector Turístico em Portugal, Revista de Estudos Politécnicos, Vol VIII, nº 14, 255-276, Escola Superior de Tecnologia e Gestão.

Figueiredo, H., (2013). O papel da animação turística na programação de atividades complementares ao alojamento: proposta de modelo de intervenção, Escola Superior de Tecnologia e Gestão.

Fonseca, F., e Ramos, Rui., (2007). Dinâmicas do turismo em espaço rural em regiões de baixa densidade: o exemplo de Almeida.

Gonçalves, C., (2005) Portugal, Territórios e Turismo, Universidade de Lisboa.

Kolosy, K., (2004), Rural governance and the European LEADER Initiative, PhD thesis. University of Aberdeen,

Lima, J., (2008) Turismo e Desenvolvimento Económico – Segmentos de maior valor económico para a Covilhã, Universidade de Aveiro.

Luís, E., (2002) Turismo no espaço rural em Portugal, Universidade Nova de Lisboa.

- Maciel, O., et al. (2014). Recurso ao inquérito por questionário na avaliação do papel das Tecnologias de Informação Geográfica no ensino de Geografia Referencias Webgráficas, GOT - Geography and Spatial Planning Journal 6(6):153-177.
- Martins. C., e Morais. A., (2016) O contributo do turismo para o desenvolvimento das regiões, DOI - 10.21707/g.s.v10.n02a09.
- Martins, C., (2012), Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável. O Papel da Arquitetura Vernacular, Universidade da Beira Interior.
- Marujo, M. N., Carvalho, (2010). P., Turismo, planeamento e desenvolvimento sustentável 1, Turismo & Sociedade, Curitiba, v. 3, n. 2, p. 147-161.
- Marujo, M.N., Carvalho, P., (2010). Turismo, planeamento e desenvolvimento sustentável.
- Marujo, N., Borges, M., Serra, J., e Martins, J., (2010). Turismo Criativo no Alentejo: A Experiência do Projeto CREATOUR (pp.39-55) Publisher: caderno do século.
- Miranda, M., (2012). *Os eventos para a diferenciação de um destino turístico, o caso do Programa Algarve - os eventos de Animação e Música Pop*, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.
- Morais, C., (s.d). Do problema aos resultados, p.4-7.
- Neves, J., (2012). O papel dos eventos no reforço da atratividade turística de Cabo Verde, (O caso da cidade da Praia), Dissertação de Mestrado, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.
- Oliveira. M., (2014), A influencia dos eventos na taxa de ocupação hoteleira, Study Case - Montebelo Viseu Hotel & Spa, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril
- Pereira, P., (s.d). A atividade turística e a sustentabilidade das regiões de destino.
- Pereiro, X., (2006). Património Cultural, O casamento entre o património e a cultura, ADRA n.º 2, revista dos sócios do Museu do Povo Galego, p. 23-41.
- Pires, F., (2015). Atividades complementares da Agricultura: Turismo e Transformação de produtos agrícolas/Projetos apoiados pelo PRODER /Corane (2007-2013), Instituto Politécnico de Bragança.

Pires, E., (2004). As Inter-relações Turismo, Meio Ambiente e Cultura, Edição do Instituto Politécnico de Bragança.

Quivy, R., e Campenhoudt, L., (1998). Manual de Investigação em ciências sociais. Lisboa: Gravidia.

Ramos, D., Costa, C., (2017). Turismo: Tendências de Evolução. Revista Eletrônica de Humanidades do Curso de Ciências Sociais da UNIFAP 10(1):21

Reis, M., (1999). Cidadania e património, Notas de uma pesquisa sociológica, Problemas e práticas, nº29, p.77,94.

Rodrigues, B., (2017). Turismo Cultural e Desenvolvimento, A Rota das Catedrais e o Caso de Santarém, Tese de Doutoramento em Turismo, Lazer e Cultura, Ramo de Turismo e Desenvolvimento, Universidade de Coimbra.

Rodrigues, A., (2013). Projeto urbanístico de turismo rural casas da fajã de baixo (calheta), Universidade Da Beira Interior

Vale, M., (2014). A importância da experiência no turismo- O caso do Enoturismo na região do Douro, Dissertação de mestrado em Marketing, Faculdade de Economia, Universidade do Porto, pág. 5.

Santos, J., (2010). A Investigação sobre Turismo em Portugal, Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro.

Silva, E., (2016). Planeamento estratégico para o desenvolvimento do turismo: O caso da Vila do Campo, Universidade dos Açores.

Silva, K., (2004). A importância do turismo para o desenvolvimento económico do estado.

Spínola. V., e Carvalho, P., (2016). A animação em contexto hoteleiro: O caso do hotel Vila Porto Mare, (Ilha da Madeira/ Portugal), v.9, nº21.

Gomes, T., (2017). O perfil e as motivações turísticas: os turistas do concelho de Baião, Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

Referências Web gráficas

C.I.S.E (2020) website, visualizado em 27-10-2020, Link: www.cise.pt

DescubraMinho (2020) website, visualizado em 10-7-2020 Link: www.descubraminho.com

Direção Geral De Agricultura E Desenvolvimento Rural, (2020) website, visualizado em 21-07-2020, Link: www.dgadr.gov.pt

Instituto Conservação da Natureza e Florestas (2020), visualizado em 22-8-2020, Link: www.incf.pt

INE, (2020) website, visualizado em 26-8-2020, Link: www.ine.pt

Lethes Go (2020), website visualizado em 14-9-2020, Link: www.lethesgo.pt

Living Place, (2020) website, visualizado em 15-9-2020, Link: www.livingplace.pt

North Discovery Adventures (2020) website, visualizado em 21-9-2020, Link: www.northdiscovery.pt

PORDATA (2020) website, visualizado em 2020, www.pordata.pt

Turismo de Portugal (2020) visualizado em 1-10-2020, Link: www.turismodeportugal.pt

Turismo do Centro (2020), website visualizado em 18-10-2020, Link: www.turismodocentro.pt

Registo Nacional de Turismo (2021), website visualizado em 19-3-2021, Link: www.rnt.pt

Jornal Público (2021), website visualizado em 24-3-2021, Link: www.público.pt

Diário da República Eletrónico (2021), Website visualizado em 25-3-2021, Link: www.dre.pt

Portal Ecológico Simbiotico.eco (2021), Website visualizado em 26-3-2021, Link: www.simbiotico.eco

Anexos

Anexo I



Escola Superior de Turismo e Hotelaria do Instituto Politécnico da Guarda

Estamos a realizar uma investigação no âmbito do Mestrado em Gestão e Sustentabilidade no Turismo com o tema: *“A animação turística e a ligação ao mundo rural: Um estudo ao turista que visita o município de Seia”*. Neste sentido, necessitamos da sua participação no preenchimento deste inquérito. Por favor, leia atentamente as questões colocadas e escolha a(s) resposta(s) que mais se adequa(m) à sua opinião. Este questionário é confidencial pelo que os resultados finais nunca identificarão diretamente as pessoas que o preenchem. O sigilo em torno das questões e dos resultados será sempre respeitado escrupulosamente.

Motivações e comportamentos de viagem

- 1- Nesta viagem, quantas noites vai ficar num local diferente do seu local de residência habitual? ____ noites
2- Quantas dessas noites vão ser passadas no concelho de Seia? ____ noites

- 3- Composição do grupo: Sozinho Acompanhado (se viaje sozinho passe à questão 4)
3.1 Viaja Acompanhado por? Cônjuge Filhos Outros familiares Amigos
Outras pessoas que também participam numa viagem organizada
3.2 Com quantas pessoas viaja? ____ (consigo incluído(a))

- 4- Quais as fontes de informação consultadas para obter informação sobre o concelho de Seia?

Internet - websites	<input type="checkbox"/>
Internet – Redes sociais	<input type="checkbox"/>
Amigos e familiares	<input type="checkbox"/>
Guias de viagem (publicações)	<input type="checkbox"/>
Alojamento situado no concelho	<input type="checkbox"/>
Programas de televisão	<input type="checkbox"/>
Livros/artigos de jornais e revistas	<input type="checkbox"/>
Postos de turismo	<input type="checkbox"/>
Experiência(s) anterior(es)	<input type="checkbox"/>
Brochuras	<input type="checkbox"/>

Outros: _____

- 5- Qual o meio de alojamento que vai utilizar durante mais tempo na sua viagem?

Hotel	<input type="checkbox"/>
Alojamento local	<input type="checkbox"/>
Parque de campismo	<input type="checkbox"/>
Turismo no espaço rural	<input type="checkbox"/>
Segunda residência	<input type="checkbox"/>
Casa de familiares e amigos	<input type="checkbox"/>

Outros: _____

- 6- Quais são os motivos da sua visita ao concelho de Seia?

- 7- Meios de transporte utilizados para chegar a Seia:

Lazer, recreação e/ou férias	<input type="checkbox"/>	Negócios ou razões profissionais	<input type="checkbox"/>	Veículo próprio	<input type="checkbox"/>
Visita a familiares e amigos	<input type="checkbox"/>	Saúde	<input type="checkbox"/>	Veículo alugado	<input type="checkbox"/>
Religião ou peregrinação	<input type="checkbox"/>	Outros motivos	<input type="checkbox"/>	Autocarro	<input type="checkbox"/>

Outro: _____

- 6.1 Se uma das suas respostas foi “Lazer, recreação e férias”, porque motivo(s) específico(s) escolheu Seia em vez de outros destinos?

8- O que mais valorizou na tomada de decisão ao visitar e deslocar-se para o município de Seia?

Experiência anterior proximidade geográfica	
Indicação de familiares da qualidade do destino turístico	
Conselho de familiares ou amigos	
Preços competitivos	
Localização e envolvente	
Proximidade geográfica	
Qualidade dos equipamentos e serviços	
Outros:	

Experiência no concelho de Seia

9-Já conhecia o município de Seia antes de realizar esta viagem?

Sim, já conhecia	
Não, ainda não conhecia	
Outro	

10- Avalie o concelho de Seia enquanto destino turístico tendo em consideração os seguintes fatores:

Por favor, utilize a seguinte escala para responder à pergunta (1-Muito Má, 5-Muito Boa, Ns- Não Sei)

Serviços urbanos (básicos, de saúde, etc.)	1	2	3	4	5	N/S
Unidades de alojamento	1	2	3	4	5	N/S
Estabelecimentos de restauração e bebidas	1	2	3	4	5	N/S
Sistemas de transporte e trânsito dentro da cidade	1	2	3	4	5	N/S
Equipamentos desportivos e recreativos	1	2	3	4	5	N/S
Infraestruturas de saúde e bem-estar	1	2	3	4	5	N/S
Animação noturna	1	2	3	4	5	N/S
Espaços comerciais (lojas, centros comerciais)	1	2	3	4	5	N/S
Serviços de informação turística	1	2	3	4	5	N/S
Clima apropriado para a prática turística	1	2	3	4	5	N/S
Espaços verdes e meio ambiente	1	2	3	4	5	N/S
Segurança	1	2	3	4	5	N/S
Relação qualidade/preço	1	2	3	4	5	N/S
Limpeza e higiene	1	2	3	4	5	N/S
Acessibilidades à cidade	1	2	3	4	5	N/S
Desenvolvimento económico e progresso	1	2	3	4	5	N/S
Hospitalidade da população local	1	2	3	4	5	N/S
Variedade de atividades disponíveis na cidade e envolvente	1	2	3	4	5	N/S
Qualidade do serviço	1	2	3	4	5	N/S
Tradições culturais e história local	1	2	3	4	5	N/S
Atratividade do património histórico e arquitetónico	1	2	3	4	5	N/S
Existência de circuitos temáticos pela cidade	1	2	3	4	5	N/S
Atratividade dos museus	1	2	3	4	5	N/S
Realização de feiras, festivais e outros eventos culturais	1	2	3	4	5	N/S
Outros espaços culturais (teatro, cinema, etc.)	1	2	3	4	5	N/S
Qualidade da gastronomia e vinhos	1	2	3	4	5	N/S

Fama e reputação da cidade	1	2	3	4	5	N/S
Promoção/divulgação da cidade	1	2	3	4	5	N/S
Imagem global da cidade	1	2	3	4	5	N/S

11- Considera-se

satisfeito com a sua visita ao concelho de Seia? (1-Nada satisfeito(a), 5-Muito satisfeito(a))

1 2 3 4 5

12- Tem intenção de recomendar Seia como destino turístico? (1- Não, com toda a certeza, 5- Sim, com toda a certeza)

1 2 3 4 5

13- Pensa voltar a Seia noutra oportunidade? (1- Não, com toda a certeza, 5- Sim, com toda a certeza)

1 2 3 4 5

14- Quais os principais constrangimentos de Seia enquanto destino turístico?

1 _____

2 _____

3 _____

15-Quais os principais pontos fortes de Seia enquanto destino turístico?

1 _____

2 _____

3 _____

16-Que atrações/locais pensa visitar ou já visitou durante a sua visita?

Recursos naturais, (Praias fluviais, Paisagens naturais, atividades agrícolas com objetivo de experiência.)	
C.I.S.E, (Centro de interpretação da Serra da Estrela)	
Recursos culturais (monumentos culturais, gastronomia típica, fumeiro artesanal de Seia, Adegas e produção de vinho do município)	
Museus, (museu do brinquedo, museu do Pão, museu etnográfico de Seia, outros ...)	
Aldeias de montanha localizadas no município de Seia	
Eventos culturais, (feira do queijo de Seia, festas e romarias tradicionais populares na cidade ou município de Seia)	
Bares noturnos	
Outros locais ou atrações não especificados na tabela	

17- Apresente algumas sugestões para melhorar a competitividade do município de Seia enquanto destino turístico

Animação turística e mundo rural

- 1- Avalia a animação turística como sendo:

Importante na área do turismo	
Irrelevante na área do turismo	
Muito importante na área do turismo	
Fulcral na área do turismo	

- 2- Considera que o património local é:

Irrelevante para me motivar a deslocar para este destino turístico	
Pouco importante para me deslocar para este destino turístico	
Relevante para me atrair para este destino turístico	
Muito relevante para me motivar a deslocar para este destino	

- 3- Como avalia a ideia de integração da animação turística em alojamentos locais. (1-Muito Má, 5-Muito Boa, Ns- Não Sei)

1		2		3		4		5		Ns	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--	----	--

- 4- Qual o nível de satisfação das atividades apresentadas pelo alojamento em que se encontra alojado? (1-Muito Má, 5-Muito Boa, Ns- Não Sei)

1		2		3		4		5		Ns	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--	----	--

- 5- Na sua opinião, considera que o meio rural necessita de maior quantidade de atividades de animação turística?

Sim Não

- 6- Acha que o COVID-19 terá impacto nas suas futuras deslocações turísticas?

Sim Não
Outra _____

- 7 – Quais das atividades de animação turística tem interesse em realizar ou planeia executar em meio rural?

Rota da Transumância	
Feitura do queijo da Serra da Estrela	
Ordenha do gado	
Tosquia do gado	
Feitura da Broa tradicional de Loriga	
Cultivo do milho	
Moagem do milho em processos de artesanais, com em moinhos de agua/vento	
Noite das caçoilas do Sabugueiro, degustação dos tradicionais pratos	

Desfolhada	
Cantares populares	
Rota da prova de vinhos e gastronomia típica	
Apanha da azeitona	
Vindimas e produção de vinho artesanal	
Semeio da batata, feijão	
Assimilação de processos de cultivo	
Malha do centeio de trigo	
Apanha da maçã, pêra, morango, castanha	
Feitura de magusto, compotas e doçaria tradicional com os frutos da época	

Identificação do visitante

Género Masculino Feminino

Idade

Menos de 25 anos	
25 – 45 anos	
45 – 65 anos	
+ 65 anos	

Local de residência principal:

Portugal Concelho: _____

Estrangeiro País: _____

Habilitações Literárias




Sem escolaridade	
Ensino Básico	
Ensino Secundário	
Bacharelato/Licenciatura	
Mestrado	
Doutoramento	
Outro	

Situação face ao emprego

Desempregado(a)	
Estudante	
Trabalhador por conta de outrem	
Trabalhador por conta própria	
Reformado/aposentado(a)	
À procura do 1º emprego	
Estudante-trabalhador(a)	
Indique a sua profissão: _____	

Data: ____/____/____

Anexo II – Agências de Viagens no município de Seia

Registo	Data	Denominação / Marcas	Contribuinte	Morada (sede)	Contactos
8886 	2020-02-27	Ricardo José Marques Duarte	219278946	Praceta António Fernandes Camelo N.º5 1ºEsquerdo 6270-288 São Romão Sei Seia Guarda	Telf: 964869928 geral@onlinetur.pt
5254 	2015-03-18	Megatravel, Unipessoal Lda	513442170	Estrada da Serra, n.4 6270-371 Seia Seia Guarda	Telf: 913759624 agencia.megatravel@gmail.com
1884 	2011-06-03	Interbeiras - Viagens e Turismo, Lda.	501372032	Largo Ribeiro do Amaral, n.º 3 3400-070 Oliveira do Hospital Oliveira do Hospital Coimbra	Telf: 238604188 interbeiras.oh@interbeiras-turismo.pt Telf: 238317721 interbeiras@interbeiras-turismo.pt
2002	2011-06-03	Casas do Cruzeiro 2 - Agência de Viagens e Turismo, Lda	502597038	Conjunto Turístico da Quinta do Crestelo - Estrada de Seia - Apartado 85 6270-425 Seia	Telf: 238320050 quintadocrestelo@quintadocrestelo.pt

Anexo III – Alojamento local no município de Seia

Registo	Data	Alojamento	Utentes	Localização	Contactos
96779/AL	2019-05-24	Apartamento - "VIVENDA DOLORES"	6	Rua Rua Fontinhas, 12 2 6270-151 Sabugueiro Seia, Guarda	vivendaminimercadodolores@gmail.com
9623/AL	2015-03-17	Apartamento - "ESTRELAPELES"	15	Rua Serrinho 6270-151 Sabugueiro Seia, Guarda	Telf: 238315969 962553668 estrelapeles.maximino@gmail.com
96044/AL	2019-05-11	Estabelecimento de hospedagem - "ENCOSTA DA SERRA 2"	10	Rua Rua Comércio, 50 1 6270-151 Sabugueiro Seia, Guarda	963635233 ilidioramos@hotmail.com
9561/AL	2014-12-10	Moradia - "CASA DO MOCHO"	9	Rua do Forno, 2 6270-151 Sabugueiro Seia, Guarda	casspedro75@gmail.com
9539/AL	2015-03-17	Moradia - "CASA DO CABEÇO"	6	Rua do Cabeço, 3 6270-014 Alvoco da Serra Seia, Guarda	monicafsberto@gmail.com
9524/AL	2015-03-17	Apartamento - "CASA SERRANA"	6	Rua Comércio, 57 6270-151 Sabugueiro Seia, Guarda	casaserrana@hotmail.com
9516/AL	2015-03-17	Apartamento - "APARTAMENTO 1.º DE MAIO"	6	Avenida 1.º de Maio, 7 6.º Direito 6270-474 Seia Seia, Guarda	davidfigueiredo81@gmail.com