



**ANA MARIA MOREIRA ALOJAMENTO LOCAL - IMPLEMENTAÇÃO DOS
RODRIGUES AVEIRO'S DOCK APARTMENTS**



**ANA MARIA MOREIRA ALOJAMENTO LOCAL – IMPLEMENTAÇÃO DOS
RODRIGUES AVEIRO’S DOCK APARTMENTS**

Projeto apresentado à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo, realizado sob a orientação científica do Prof Doutor Carlos Manuel Martins da Costa, Professor Catedrático do Departamento de Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro.

dedicatória

Dedico este trabalho aos meus filhos, ao meu marido, e aos meus pais, pela compreensão e apoio durante este novo percurso académico.

o júri

presidente

Prof.^a Doutora Ana Filipa Fernandes Aguiar Brandão
professora auxiliar convidada, Universidade de Aveiro.

Prof.^a Doutora Dália Filipa Veloso De Azevedo Liberato
professora adjunta convidada, Instituto Politécnico do Porto.

Prof. Doutor Carlos Manuel Martins da Costa
professor Catedrático, Universidade de Aveiro

agradecimentos

E assim dou início a mais um ciclo da minha vida. Um ciclo que começou a desenhar-se quando me aventurei neste projeto de alojamento Local com a minha família. É uma honra voltar a ser aluna da UA uma grande instituição que contribui não só para a minha formação académica, mas também pessoal.

Para começar os agradecimentos, um agradecimento muito especial ao professor doutor Carlos Costa, que desde a primeira abordagem que lhe fiz se mostrou totalmente disponível e dedicado para me orientar ao longo de todos os meses de realização deste projeto.

Aos meus pais, os donos dos “Aveiro’s Dock Apartments”, um grande obrigado por toda a disponibilidade e apoio dado para que este projeto se tornasse real e também por toda a paixão, luta e dedicação empregue na requalificação deste prédio de fachada típica portuguesa.

Um grande obrigado ao meu marido pela sua ajuda valiosa em toda a reportagem fotográfica, aos meus filhos, por tudo o que fizeram por mim e por me apoiaram a 100% ao longo de toda esta jornada, sem vocês nada disto seria possível.

Deixo também um grande agradecimento e um muito obrigado a minha querida irmã que me apoio em tudo o que precisava na área de promoção e marketing

Por fim, muito obrigada a todas as pessoas que de uma forma ou de outra, foram uma preciosa ajuda ao longo de toda a realização do projeto.

palavras-chave

Alojamento Local, Turismo Urbano, Aveiro

resumo

Este projeto tem como objetivo a implementação de 3 apartamentos T0 enquadrados na categoria de alojamento local, situados na Rua dos Marnotos em Aveiro.

Para fundamentar toda a parte prática desenvolvida ao longo deste projeto se procedeu a revisão de literatura em termos teóricos sobre gestão estratégica, o empreendedorismo estratégico, o Turismo e o Turismo Urbano e a sua evolução a nível Nacional e em Aveiro, o alojamento local o seu enquadramento e a sua evolução em Portugal e em Aveiro.

Para a sua realização, se teve em conta vários componentes, destacando o plano de marketing, plano operacional, as várias análises (ambiental, sectorial, competitiva e mercado) e o modelo ICR do Turismo Urbano

No final do projeto, conclui-se que é rentável e será uma mais valia para toda a região

keywords

Local lodging, Urban Tourism, Aveiro

abstract

This project has as objective the implementation of 3 apartments T0 framed in the category of guest accommodation, located in Rua dos Marnotos in Aveiro.

In order to substantiate the entire practice developed throughout this project has proceeded to a review of the literature in theoretical terms on strategic management, strategic entrepreneurship, tourism and urban tourism and its developments at national level and in Aveiro, the lodging place your framework and its evolution in Portugal and in Aveiro.

For its implementation, it took into account various components, highlighting the marketing plan, operational plan and the various analyzes (environmental, sectoral, competitive and market). At the end of the project, we conclude that it is profitable and will be an asset for the region as a whole.

ÍNDICE GERAL

Índice Tabelas.....	X
Índice Figuras.....	XI
Introdução.....	1
PARTE I - Revisão de literatura.....	2
1.1. Gestão Estratégica.....	2
1.2. Empreendedorismo Estratégico.....	3
1.3. Plano de Negócios.....	4
1.4. Conceito de Turismo e a sua evolução.....	7
1.5 Turismo Urbano	8
1.6 Turismo no Alojamento local.....	10
1.7 Observatório de Turismo do Centro.....	12
1.8 Programa QUALITY.....	13
1.9 Modelos de gestão e estratégia: Aplicação ao Modelo ICR do Turismo Urbano.....	14
PARTE II – Caso de Estudo.....	18
2. Descrição do caso de estudo: Plano de Implementação do Aveiro's Dock Apartments.....	18
2.1. Sumário Executivo.....	18
2.2. Descrição da Empresa.....	19
2.2.1. Historial da Empresa.....	19
2.2.2. Apresentação do Proprietário.....	19
2.2.3. Conceito e Localização da Empresa.....	19
2.2.4. Missão, Visão e Valores.....	20
2.3. Análise Ambiental: Análise PESTAL.....	21
2.3.1. Envolvente Político-Legal.....	21
2.3.2. Envolvente Económica.....	22
2.3.3. Envolvente social.....	22
2.3.4. Envolvente tecnológica.....	23
2.3.5. Envolvente ambiental.....	23

2.4. Análise Setorial.....	24
2.4.1. Setor do Turismo.....	24
2.4.2. Setor do Turismo no alojamento local	25
2.5. Análise Competitiva.....	28
2.5.1. Análise da Concorrência.....	28
2.5.2. Modelo das Cinco Forças de Porter e Fatores Críticos de Sucesso.....	30
2.5.3. Objetivos Estratégicos do Projeto.....	31
3 Análise do Mercado: Estudo de Mercado.....	32
4 Plano de Marketing.....	33
4.1 Matriz TOWS.....	33,34
4.2 Segmentação	34
4.3 Marketing Mix.....	36
4.3.1 Produto.....	36
4.3.2 Preço.....	46
4.3.3 Promoção/Comunicação.....	47
4.3.4 Distribuição/Localização.....	50
4.3.5 Pessoas.....	50
4.3.6 Processos.....	50
5 Plano Operacional.....	52
5.1 Modelo de Negócio e Estrutura Legal da Empresa.....	52
5.2 Localização e Espaços físicos.....	52
5.3 Gestão de Reservas.....	56
6 Equipa de Gestão: Responsável pela Gestão da Empresa.....	56
7 Calendarização 2018.....	57
8 Aplicação do Caso de Estudo ao Modelo ICR do Turismo urbano.....	58
8.1 Identidade.....	58
8.2 Competividade.....	101
8.3 Redes.....	102
PARTE III- CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E INVESTIGAÇÃO FUTURA.....	104
Referências Bibliográficas	108

ÍNDICE DE TABELAS

TABELA Nº 1 Estrutura dos Planos de Negócios.....	4,5
TABELA Nº 2 Alojamentos Locais registados em Aveiro (código postal 3800).....	26,27
TABELA Nº 3 Modelo das Cinco Forças de Porter aplicado ao Aveiro Dock Apartments.....	28,29
TABELA Nº 4 Matriz TOWS aplicado ao caso dos Aveiro Dock Apartments.....	30,31
TABELA Nº 5 Calendarização 2018 do Aveiro Dock Apartments.....	53

INDICE DE FIGURAS

FIGURA Nº 1 Modelo ICR do Turismo Urbano.....	14
FIGURA Nº 2 Repartição das dormidas no alojamento local por regiões NUTS II, 2017.....	24
FIGURA Nº 3 Dormidas no alojamento local, segundo o país de residência habitual- 2017.....	25
FIGURA Nº 4 - Logo dos Aveiro Dock Apartments.....	43

INDICE DE FOTOS

FOTOGRAFIA Nº 1 até 5 Vista Interior Apartamento D.....	34 ate 36
FOTOGRAFIA Nº 6 até 11 Vista Interior Apartamento E	37 até 40
FOTOGRAFIA Nº 12 até 16 Vista Interior Apartamento G.....	40 até 42
FOTOGRAFIA Nº 17 Facebook do Aveiro Dock Apartments.....	45
FOTOGRAFIA Nº 18 Instagram dos Aveiro Dock Apartments.....	45
FOTOGRAFIA Nº 19 Cesta de Boas Vindas para os hospedes.....	48
FOTOGRAFIA Nº20 Localização do Aveiro Dock Apartments.....	49
FOTOGRAFIA Nº21 Zona envolvente dos Aveiro Dock Apartments.....	50
FOTOGRAFIA Nº 22 Fachada dos Aveiro Dock Apartments.....	50
FOTOGRAFIA Nº 23 Pormenor dos Azulejos da fachada dos Aveiro Dock Apartments. .	51
FOTOGRAFIA Nº 24 Terraço interior dos Apartamentos.....	51
FOTOGRAFIA Nº 25 Sé de Aveiro.....	54
FOTOGRAFIA Nº 26 Igreja do Convento S. António.....	55
FOTOGRAFIA Nº 27 Igreja da Misericórdia.....	56
FOTOGRAFIA Nº 28 Igreja do Carmo.....	57
FOTOGRAFIA Nº 29 Capela de S. Gonçalinho.....	58
FOTOGRAFIA Nº 30 Teatro Aveirense.....	59
FOTOGRAFIA Nº 31 Museu de Aveiro. Santa Joana.....	60
FOTOGRAFIA Nº 32 Ecomuseu Marinha da Entrocilhada.....	61
FOTOGRAFIA Nº 33 Museu de Arte Nova.....	62
FOTOGRAFIA Nº 34 Museu da Cidade.....	63
FOTOGRAFIA Nº 35 Fabrica da Ciência Viva-Universidade de Aveiro.....	64
FOTOGRAFIA Nº 36 Museu Marítimo de Ílhavo.....	65
FOTOGRAFIA Nº 37 Navio Museu Santo André.....	66
FOTOGRAFIA Nº 38 Museu e Fabrica da Vista Alegre.....	67
FOTOGRAFIA Nº 39 Fabrica da Fonte Nova.....	68
FOTOGRAFIA Nº 40 Estação de Comboios de Aveiro.....	69
FOTOGRAFIA Nº 41 Universidade de Aveiro (campus universitário)	70
FOTOGRAFIA Nº 42 Casa do Major Pessoa.....	71
FOTOGRAFIA Nº 43 Casa Edifício do Rossio nº 3 e 4.....	72
FOTOGRAFIA Nº 44 Casa dos Ovos Moles.....	73
FOTOGRAFIA Nº 45 Museu da Republica.....	74

FOTOGRAFIA Nº 46 Edifício da Cooperativa Agrícola.....	75
FOTOGRAFIA Nº 47 Edifício Restaurante – Pensão Ferro	76
FOTOGRAFIA Nº 48 Edifício da Residência do Arquiteto Silva Rocha.....	77
FOTOGRAFIA Nº 49 Edifício Hotel as “Américas “	78
FOTOGRAFIA Nº 50 Edifício da Sapataria Migueis.....	79
FOTOGRAFIA Nº 51 Coreto do Parque Municipal Infante D. Pedro.....	80
FOTOGRAFIA Nº 52 Alexandre Farto Aka Vhils em Aveiro.....	81
FOTOGRAFIA Nº 53 Ria de Aveiro.....	82
FOTOGRAFIA Nº 54 Birdwatching na Ria de Aveiro.....	83
FOTOGRAFIA Nº 55 Parque Infante D. Pedro.....	84
FOTOGRAFIA Nº 56 Parque S. António.....	85
FOTOGRAFIA Nº 57 Jardim Oudinot.....	86
FOTOGRAFIA Nº 58 Bugas.....	87
FOTOGRAFIA Nº 59 Praia da Barra.....	88
FOTOGRAFIA Nº 60 Praia da Costa Nova.....	89
FOTOGRAFIA Nº 61 Praia da Vagueira.....	90
FOTOGRAFIA Nº 62 Praia de S. Jacinto.....	91
FOTOGRAFIA Nº 63 Ovos Moles.....	92
FOTOGRAFIA Nº 64 Tripas de Aveiro.....	93
FOTOGRAFIA Nº 65 Mercado Manuel Firmino.....	94
FOTOGRAFIA Nº 66 Opinião dos Turistas do Booking sobre os gestores do Alojamento.....	98

INTRODUÇÃO

Este trabalho final de mestrado tem como objetivo a implementação de três apartamentos T0 para alojamento local em Aveiro, bem como o seu desenvolvimento no nível de promoção turística e produtos turísticos como também criar parcerias de negócio para seu desenvolvimento sustentável.

Para fundamentar toda a parte prática desenvolvida ao longo deste trabalho, após a introdução, segue-se o capítulo da revisão de literatura que abordará em termos teóricos os seguintes temas: gestão estratégica, empreendedorismo estratégico, turismo Urbano e turismo no alojamento local em Portugal e legislação correspondente. No capítulo 2 será explicada a metodologia a seguir ao longo da sua realização e será desenvolvido o plano de negócios, de acordo com a metodologia de Harvard (2007). Para finalizar o trabalho, o capítulo 3 tece as conclusões acerca do trabalho desenvolvido ao longo dos capítulos anteriores.

Espera-se que este trabalho contribua para a implementação e desenvolvimento dos Aveiro's Dock Apartments, enquanto alojamento Local na cidade de Aveiro como também desenvolver novos produtos em turismo associados ao alojamento e assim atrair mais turistas a cidade de Aveiro e região envolvente.

1. REVISÃO DA LITERATURA

Este trabalho de projeto tem como objetivo a implementação de três apartamentos T0 para alojamento local em Aveiro – Aveiro’s Dock Apartments situadas na cidade de Aveiro.

Neste capítulo serão abordados os conceitos teóricos de gestão estratégica, empreendedorismo estratégico, plano de negócios, turismo e turismo no Alojamento Local, de forma a sustentar os restantes capítulos.

1.1 Gestão Estratégica

A gestão estratégica é uma técnica de gestão usada para tomar decisões para o futuro da empresa (Dogan, 2015) e pode ser definida como “a utilização dos recursos de produção atuais (recursos naturais, humanos, capital, infraestruturas, matérias primas, etc.) pela empresa, de forma eficaz e eficiente que permitirão obter vantagens competitivas, retornos acima da média e manter-se viva em longo prazo.” (Ülgen e Mirze, 2004 citados por Dogan, 2015)

Características que realçam a importância da gestão estratégica (Aktan, 2008 citado por Dogan, 2015):

- O objetivo da gestão estratégica é aumentar o desempenho, rentabilidade e eficácia da empresa. A gestão estratégica também se destina a definir uma visão para o futuro. Depois de definir a visão, determina-se a missão para chegar a essa visão. Contudo, determinar a visão e missão não é suficiente para o sucesso da empresa e devem ser criados estratégias e planos de ação para chegar a esse objetivo;
- A gestão estratégica garante o planeamento, organização, coordenação, aplicação e controlo das atividades futuras da empresa;
- A gestão estratégica permite a avaliação do ambiente interno e externo da empresa, identificando as forças e fraquezas da estrutura interna e o estatuto da empresa em relação a outras empresas concorrentes. Também especifica e analisa as forças e fraquezas, oportunidades e ameaças no ambiente externo;
- Utiliza as análises da concorrência na criação e seleção de estratégias. O

objetivo da análise da concorrência é ajudar a empresa a tomar decisões mais racionais relativamente à manutenção ou saída de determinado mercado ou fundir-se com outras empresas;

- Ajuda a determinar e resolver os problemas da empresa de forma mais eficiente.

A empresa deve também estar ciente que o mercado em que se insere está em constante mudança e que o tempo de duração da sua vantagem competitiva está relacionado com o tempo que a concorrência irá demorar a reagir e anular essa mesma vantagem competitiva, devendo ter outras estratégias que lhe permita estar preparada para reagir ao ataque da concorrência.

1.2 Empreendedorismo Estratégico

Atualmente, o ambiente empresarial está em constante mudança, obrigando as empresas a terem uma grande capacidade de se adaptarem a essas mudanças de forma a se manterem competitivas, tendo que ser flexíveis, possuir uma estratégia bem definida e empreendedora (Dogan, 2015).

Empreendedorismo é o processo de identificar oportunidades onde existem necessidades de mercado e assumir o risco de criar uma empresa que as satisfaça (Hatten, 2011).

O empreendedorismo estratégico é baseado na integração da gestão estratégica com o empreendedorismo (Dogan, 2015 citando Genç, 2012), enfatizando a importância de gerir as fontes empreendedoras ou atividades estratégicas de forma a obter vantagens competitivas (Tantau, 2008).

Para que o empreendedorismo estratégico seja bem-sucedido, é necessário adotar uma mentalidade empreendedora. De acordo com Ireland, Hitt e Símon (2003), a mentalidade empreendedora segue uma perspetiva orientada para o crescimento através do qual os indivíduos promovem a flexibilidade, criatividade, inovação contínua e renovação constante.

A cultura empreendedora é uma condição em que se espera criatividade e novas ideias, na qual existe incentivo à tomada de riscos, tolera-se o falhanço, encoraja-se a aprendizagem,

defendem-se inovações acerca do processo, produto e gestão e aceita-se a mudança contínua como veículo de transmissão de oportunidades (Dogan, 2015 citando Foss e Lyngsie, 2011).

A cultura empreendedora foca-se nas oportunidades, procura e lacunas do mercado em que se insere, ou seja, baseia-se na avaliação de forças (*Strengths*), fraquezas (*Weaknesses*), oportunidades (*Opportunities*) e ameaças (*Threats*) (Dogan, 2015). Estes elementos fazem parte da gestão estratégica.

1.3 Plano de Negócios

O plano de negócios De acordo com Guta (2014) é um instrumento essencial para empreendedores que querem construir um negócio ou procurar por parceiros de negócio e gestores que apresentam os novos projetos a outras pessoas ou instituições financeiras.

A consultora Delloite (2003) salienta que é um documento que transmite as prospeções e crescimento potencial da empresa, devendo não só enfatizar as forças da empresa, mas também ser realista acerca dos seus problemas, riscos e obstáculos, enquanto apresenta soluções para esses problemas. Para realizar os seus objetivos, a consultora Delloite (2003) considera que a empresa deve discutir os objetivos futuros do negócio a curto, e longo prazo, mostrar de que forma é que esses objetivos podem ser alcançados e demonstrar que a realização do plano de negócios está de acordo com os requerimentos do leitor.

A consultora Delloite (2003) considera que o plano de negócios pode ser usado a nível interno como instrumento de gestão que permite planejar o crescimento da empresa e antecipar mudanças de uma forma estruturada.

De acordo a metodologia de Harvard (2007) e IAPMEI (2014); o plano de negócios pode ser estruturado das seguintes formas:

TABELA Nº 1 – ESTRUTURA DOS PLANOS DE NEGÓCIOS

Harvard	IAPMEI
1. Sumário Executivo: Apresentação dos pontos principais do plano de negócios.	1. Sumário Executivo: Apresentação dos pontos principais do plano de negócios.
2. Descrição da Empresa: Historial da empresa; apresentação dos promotores, conceito e local de negócio; valores, missão e visão.	2. Histórico da Empresa e/ou promotores: Historial da empresa; apresentação dos promotores, conceito e local de negócio; valores, missão e visão.
3. Análise Ambiental: Análise PESTAL Envolvente Política, Económica, Social, Tecnológica, Ambiental, Legal.	3. Análise do Sector de Mercado: Turismo em Portugal; Turismo no Espaço Urbano em Portugal.
4. Análise do Sector de Mercado: Turismo em Portugal; Turismo no Espaço Urbano em Portugal.	4. A nova ideia e Posicionamento no Mercado: o produto/serviço e o seu mercado, os recursos físicos e de produção necessários, a capacidade de gestão do negócio dos promotores.
5. Análise Competitiva: Análise da concorrência por proximidade; Modelo das Cinco Forças de Porter, Vantagens Competitivas; objetivos estratégicos do Projeto.	5. Projeto/Produto/Ideia: rumo do projeto e atividades a serem desenvolvidas, motivação e objetivos dos intervenientes no processo, pontos críticos no desenvolvimento do projeto.
6. Análise do Mercado: Dimensão e evolução do mercado de alojamento local Mercado Alvo.	6. Estratégia Comercial: Marketing Mix (7 P's); Segmentação e Público-Alvo; Posicionamento.
7. Plano Operacional: Modelo de Negócio e Estrutura Legal da Empresa; Localização; Gestão de Reservas.	7. Gestão e Controlo do Negócio: criação de relatórios periódicos sobre vendas, produção e informação financeira.
8. Equipa de Gestão: Responsáveis pela gestão da empresa.	8. Investimento Necessário: tem por base as projeções financeiras e as necessidades de financiamento atuais da empresa.
9. Calendarização: Atividades a desenvolver durante o primeiro ano de atividade.	9. Anexos
10. Anexos	

Fonte: Harvard (2007); IAPMEI (2014);

Contudo, vários autores argumentam que a utilização de Planos de Negócios tem pouca utilidade devido à incerteza que rodeia a criação de uma nova empresa. Delmar e Shane (2003) e identificaram quatro motivos:

- O tempo usado durante o planeamento seria melhor empregue noutras atividades que demonstrassem a “realidade” da nova empresa, Ex: compra das instalações e equipamentos necessários para o funcionamento da empresa (Carter *et al.*, 1996 citados por Delmar e Shane, 2003);
- O baixo risco para os empreendedores quando cometem erros nas previsões de mercado. Grande parte desse risco é assumido pelos outros investidores;
- Os empreendedores são pessoas que confiam mais no seu instinto e intuição para identificar e avaliar oportunidades de mercado (Allinson *et al.*, 2000 citados por Delmar e Shane, 2003);
- A incerteza e as constantes mudanças nas oportunidades de mercado diminuem o valor do planeamento de negócios (Bird, 1998 citado por Delmar e Shane, 2003).

Para Delmar e Shane (2003) estes argumentos apresentados entram em conflito com os princípios da teoria organizacional e referem que o planeamento acelera o processo de tomada de decisão ao identificar a informação que falta, fornece os instrumentos de gestão que permitem gerir de forma mais eficiente a procura e a oferta de recursos e permite estabelecer determinados objetivos para o futuro da empresa, ajudando a estabelecer os passos que deverão ser dados para atingir esses objetivos no período de tempo estabelecido.

Concluiu-se que apesar da importância do plano de negócios no desenvolvimento e construção de novas empresas, ainda existem muitos empreendedores que lançam a sua empresa sem um plano de negócios, estes empreendedores utilizam o instinto como forma de reagir às condições do negócio.

1.4 Conceito de Turismo e a sua evolução

“O direito a férias e descanso é hoje considerado um direito, quase uma necessidade básica, vital, entre as populações do mundo ocidental” (Cavaco, 2003 citado por Jesus, 2008).

Mas apesar de falarmos de Turismo, este fenómeno, que tem fortes impactos económicos, mas tem uma dimensão sociológica e antropológica, encontra-se a evoluir muito rapidamente.

O seguinte vídeo é ilustrativo disso:

<https://www.facebook.com/facewithstories/videos/vb.1266263676836893/1290367867759807/?type=2&theater>

A origem do turismo moderno pode ser encontrada nos anos 1960s. Foi a partir desta década que o desenvolvimento do turismo em Portugal iniciou o seu grande crescimento.

Os baixos preços praticados relativamente a outros países, o clima favorável e a sua localização geográfica contribuíram para que Portugal se tornasse num destino turístico cada vez mais apetecível para turistas estrangeiros provenientes de países com maior poder económico. É nesta década que se erguem e surgem os primeiros empreendimentos turísticos (Lisboa, Algarve e Madeira) e o turismo passa ser integrado nos Planos de Fomento (instrumentos de estratégia de desenvolvimento do país durante o Estado Novo), sendo-lhe dedicado um capítulo no III Plano de Fomento (1967-1973) onde lhe é atribuído um papel de “motor de desenvolvimento económico” (Jesus, 2008).

Durante a década de 1990, com a melhoria da economia portuguesa e condições de vida dos portugueses, assistiu-se a um aumento de portugueses que deslocavam anualmente para destinos de férias, sendo que maioria desta população escolhia fazer férias no estrangeiro e em destinos do litoral de Portugal onde existe “sol e mar” (Jesus, 2008). Estes destinos de “sol e mar” ficaram conhecidos como destinos turísticos de massas que se caracterizam pela ocorrência de fluxos massivos de indivíduos de todas as idades e classes sociais, residentes nas áreas urbanas, que se deslocam em determinadas épocas do ano,

com destino a lugares paradisíacos, levando consigo os seus hábitos consumistas (Pereira, 2006).

De acordo com o Turismo de Portugal, e seguindo a conta satélite do INE (2018), o turismo é um sector estratégico determinante para a economia portuguesa. Em 2017, o Turismo foi responsável por um contributo de 13,77 % para o PIB português.

O **Turismo**, hoje em dia é um fenómeno de larga escala com forte impacto nas sociedades, economia e ecossistemas naturais e urbanos, é um fenómeno que domina o mundo, porque se encontra a evoluir de uma atividade restrita aos tempos de lazer (férias), para um fenómeno generalizado que permeia tudo e a vida de todos. O turismo não é apenas tempo livre depois de se trabalhar. O turismo afirma-se, crescentemente, como um elemento central da nova sociedade, que se pode encontrar em todos os tempos de vida das pessoas, tempos de lazer, tempos de existência e tempos de subsistência (Costa, 2014, 2016).

1.5 Turismo Urbano

O Turismo Urbano é uma procura pelas cidades e pelo património. Contudo, estas novas expressões do Turismo urbano acontecem agora numa dimensão renovada, pelo facto de possuírem na sua base novos perfis demográficos e educacionais, novas dimensões tecnológicas, novas experiências e uma nova dinâmica de procura, estando a tornar-se numas das atividades económicas dominantes em muitos centros urbanos. Este é um fenómeno que se verifica a escala mundial, mas que tem tido um forte crescimento em Portugal.

Segundo (Costa, 1997; 2004) o conceito de Turismo urbano começou a ganhar forma a partir da década de 80 devido, entre outros, a vários fatores como:

- O paradigma do turismo de massas estabilizou e os mercados começaram a procurar novas formas de crescimento;
- O facto de o turismo ser feito com consumidores, sendo que a maior parte dos consumidores habita em centros urbanos;

- O Turismo Urbano se assume como uma alternativa de crescimento económico e de emprego para as cidades;
- O Turismo Urbano pode permitir o desenvolvimento regional e local de áreas mais desfavorecidas ao conseguir fixar fluxos de visitantes numa determinada região;
- A despesa média do visitante ao nível de turismo urbano é mais elevada do que a observada ao nível de outras formas clássicas de turismo (tal como sol e praia), além de que possui menor sazonalidade;
- Os centros históricos estão cada vez mais na moda e cada vez mais se verifica um forte investimento para sua reabilitação, recuperação e salvaguarda.

No caso de Portugal, este tem beneficiado da forte instabilidade política, em particular na bacia do Mediterrâneo (guerra e terrorismo), e da emergência de novos perfis demográficos na sociedade, com poder de compra mais elevado, tecnologicamente evoluída, com uma visão global do mundo e com uma nova dimensão “espiritual”, acrescentado novas dimensões e vivências interiores, mais ligadas ao lazer e ao escape psicológico. E nesta dimensão que o novo conceito de viagem nas cidades se encontra a emergir (Costa, 2016).

Este Turismo Urbano moderno encontra-se bem representada em Lisboa e Porto. Contudo a dimensão do Turismo urbano não se correlaciona exclusivamente com a quantidade de património existente nos locais, esta não é suficiente para que o mesmo venha a acontecer, são também outras variáveis que dão forma à nova realidade do Turismo urbano, entre os quais ambientes cuidados, espaços urbanos abertos, entretenimento, bares e restaurantes, espetáculos, artes e emoções, e sentido de singularidade (Costa e Albuquerque, 2017).

Apesar da natural atratividade dos grandes centros urbanos de Lisboa e Porto, observa-se que os centros de média e os de pequena dimensão encontram-se a emergir rapidamente para o fenómeno do turismo urbano. Para este crescimento tem contribuído o investimento que tem vindo a ser feito pelas administrações locais e regionais, no sentido de melhorar a qualidade urbanística das cidades, este investimento, tem permitido uma

maior diversificação de ofertas e experiências, baseadas no aproveitamento dos recursos endógenos. Esta diversificação de ofertas tem impulsionado o aumento de número de hóspedes, e consequentemente, de dormidas na maioria das capitais de distrito de Portugal (Costa e Albuquerque, 2017)

Segundo Costa (2004) é de extrema necessidade implementar uma nova estratégia de intervenção ao nível do sector do Turismo, que tenha em conta um planeamento integrado, onde sejam considerados os aspetos naturais, sociais e culturais presentes, que respeite as populações locais, o território e o turista, que considere a necessidade de canalizar para as economias locais as receitas geradas pelo turismo e que inove na forma de apresentação e desenvolvimento dos produtos e recursos turísticos.

Esta tendência de aumento do turismo urbano permite-nos concluir que a atratividade dos principais centros Urbanos em Portugal está a aumentar. Este fenómeno tem suscitado uma evolução positiva das atividades empresariais, no que concerne às novas formas de alojamento que se encontram a emergir.

1.6 Turismo no Alojamento Local

Relativamente ao Alojamento Local, e segundo o Guia técnico do Alojamento local, em Portugal (2018): «Consideram-se estabelecimentos de alojamento local aqueles que prestam serviços de alojamento temporário a turistas, mediante remuneração, e que reúnem os requisitos previstos no Decreto-Lei nº 128/2014, de 29 de agosto, alterado pelo Decreto-Lei nº 62/2018, de 22 de Agosto, não sendo permitida a exploração como estabelecimentos de alojamento local dos estabelecimentos que reúnam os requisitos para serem considerados empreendimentos turísticos. Com efeito, também os empreendimentos turísticos são estabelecimentos em que são prestados serviços de alojamento, mediante remuneração, no entanto, para obterem a respetiva classificação, devem dispor de um adequado conjunto de estruturas, equipamentos e serviços complementares, que constam do regime jurídico aplicável: Decreto-Lei nº 39/2008, de 7 de março, alterado pelos Decreto-Lei nº 228/2009, de 14 de setembro, Decreto-Lei nº

15/2014, de 23 de janeiro, Decreto-Lei nº 186/2015, de 3 de setembro, que republicou, e Decreto-Lei nº 128/2014, de 29 de agosto, e respetivos regulamentos. Assim, para determinar se estamos perante um estabelecimento de alojamento local importa, em primeiro lugar, afastar a verificação dos requisitos que permitiriam classificá-lo como empreendimento turístico, em especial, as normas que dispõem sobre condições gerais de instalação, requisitos de cada tipologia e requisitos mínimos obrigatórios relacionados com as condições de instalação de cada tipologia.»

Os estabelecimentos de alojamento local integram-se numa das seguintes modalidades:

- a) Moradia: «o estabelecimento de alojamento local cuja unidade de alojamento é constituída por um edifício autónomo, de carácter unifamiliar».
- b) Apartamento: «o estabelecimento de alojamento local cuja unidade de alojamento é constituída por uma fração autónoma de edifício ou parte de prédio urbano suscetível de utilização independente.»
- c) Estabelecimentos de hospedagem: «o estabelecimento de alojamento local cujas unidades de alojamento são constituídas por quartos. Estes poderão utilizar a denominação de hostel quando a unidade de alojamento predominante for um dormitório, ou seja, um quarto constituído por um número mínimo de quatro camas ou por camas em beliche, e se obedecerem aos restantes requisitos previsto na lei para o efeito.»

A Lei nº62/ 2018, de 22 de Agosto, alterou o regime jurídico de exploração dos estabelecimentos de alojamento local que se encontrava em vigor, as principais alterações são:

- Definições de zonas de contenção por parte das autarquias (onde a abertura de novas unidades de alojamento local fica condicionada à autorização dos municípios);
- Obrigatoriedade de um seguro multirriscos de responsabilidade civil, que cubra riscos de incêndios e danos patrimoniais causados a hóspedes e a terceiros;

- No caso de a atividade do alojamento Local ser exercida numa fração autónoma de um edifício ou de um prédio urbano, a Assembleia de condóminos pode opor-se à existência de uma unidade de alojamento local, nos casos em que haja queixas reiteradas dos vizinhos, onde sejam comprovados atos que perturbem a normal utilização do prédio, causem incómodo e afetem o descanso dos condóminos.

Segundo o (Registo Nacional de Turismo RNT até maio de 2018) identificaram-se 23871 registos de alojamento Local em Portugal Continental. No caso dos dois destinos urbanos mais importantes, verificou-se que no município de Lisboa encontram-se registados 6640 alojamentos locais e no município do Porto 3777 alojamentos. Destaque também aos destinos urbanos do Algarve surgindo Faro com 7177 alojamentos locais, no entanto é de referir que esta dinâmica de crescimento não se deve ao desenvolvimento do turismo urbano, mas sim ao contínuo interesse do destino Algarve pelo seu produto mais marcante o “Turismo sol e praia” Em relação ao distrito de Aveiro podemos observar 387 registos de alojamento local.

1.7 Observatório de Turismo do Centro

Face à crescente procura do turismo em Portugal e mais especificamente na Região Centro o Turismo Centro de Portugal criou em Maio de 2017 o **Observatório de Turismo**, sediado em Aveiro, destinado a monitorizar de forma permanente o impacto do turismo na região, sobretudo nas vertentes económicas, sociais, culturais e ambientais.

O Observatório de Turismo do Centro vem preencher uma lacuna com que nos deparamos na análise dos indicadores turísticos do Centro de Portugal. A nossa região está a atingir níveis inéditos de crescimento na procura turística, na casa dos dois dígitos, que são bem evidentes nos indicadores estatísticos disponíveis. Mas sentimos a necessidade de ir mais além, (Pedro Machado, presidente da Entidade Regional, (DN- 2017).

O sistema integra outros indicadores específicos para garantir uma aferição adequada da atividade turística da Região Centro e de todos os seus agentes turísticos: empresas,

autarquias, comunidades intermunicipais, população local e turistas e visitantes.

Numa primeira fase, foi realizada uma avaliação exaustiva da atratividade dos recursos turísticos existentes nos 100 concelhos da Região Centro, de seguida, com o apoio ativo das autarquias, serão efetuados inquéritos periódicos a todos os agentes do sector. O resultado mais prático, segundo o Turismo Centro, será a produção de relatórios mensais, semestrais e anuais, que servirão de orientação para uma gestão de qualidade, baseada no conhecimento, de todos agentes turísticos da região.

1.8 Programa QUALITY

No que se refere ao Alojamento Local a AHRESP criou o Programa **QUALITY** (Alojamento Local de Qualidade).

O programa **QUALITY** responde à dinâmica e aos desafios de crescimento do AL, garantindo elevados padrões de qualidade, contribuindo para a promoção e projeção internacional do destino Portugal aliado à criação de uma marca que seja reconhecida pela procura (AHRESP, 2018).

Os objetivos do programa são:

- Garantir a legalidade de todo o processo de funcionamento desde a sua instalação, registo, operação, até sua comercialização (verificação com check-list, aconselhamento jurídico e fiscal e acompanhamento da AHRESP);
- Acompanhar a gestão dos estabelecimentos propondo novos produtos e serviços (acesso a produtos, serviços e metodologias operacionais adequadas ao alojamento);
- Criar novas sensibilidades nos estabelecimentos de Alojamento local para a qualidade do atendimento e do serviço (capacitação dos trabalhadores e operadores de alojamento local nas várias vertentes da operação);
- Potenciar a otimização de custos de contexto operacionais (acesso a benefícios e parcerias negociadas pela AHRESP);
- Aumentar a visibilidade e notoriedade do Alojamento local com a marca QUALITY (presença em plataformas de comunicação, divulgação e promoção).

1.9 Modelo de gestão e estratégia: Aplicação ao Modelo ICRT do Turismo Urbano

Segundo Costa e Albuquerque 2017, O Turismo urbano gera-se tendo por base a procura e o conhecimento da cultura, património e civilizações, é gerado em ambientes urbanos e direciona-se para esses mesmos ambientes, este fenómeno foi facilitado e acelerado por dois acontecimentos tecnológicos principais:

- A mobilidade foi melhorada exponencialmente (viagens low-cost, e acessibilidade mais facilitadas);
- A tecnologia, os telemóveis e os media sociais que permite-nos chegar e interagir com espaços desconhecidos e permite a comunicação com as pessoas que vivem nesses locais e com os amigos que desafiamos a viajar connosco.

O turista urbano exerce uma procura mais intensa ao nível de equipamento e infraestruturas de alojamento, restauração, transportes, operações turísticas, atividades recreativas e eventos culturais, mas desenvolve igualmente uma pressão sobre todo o ecossistema urbano.

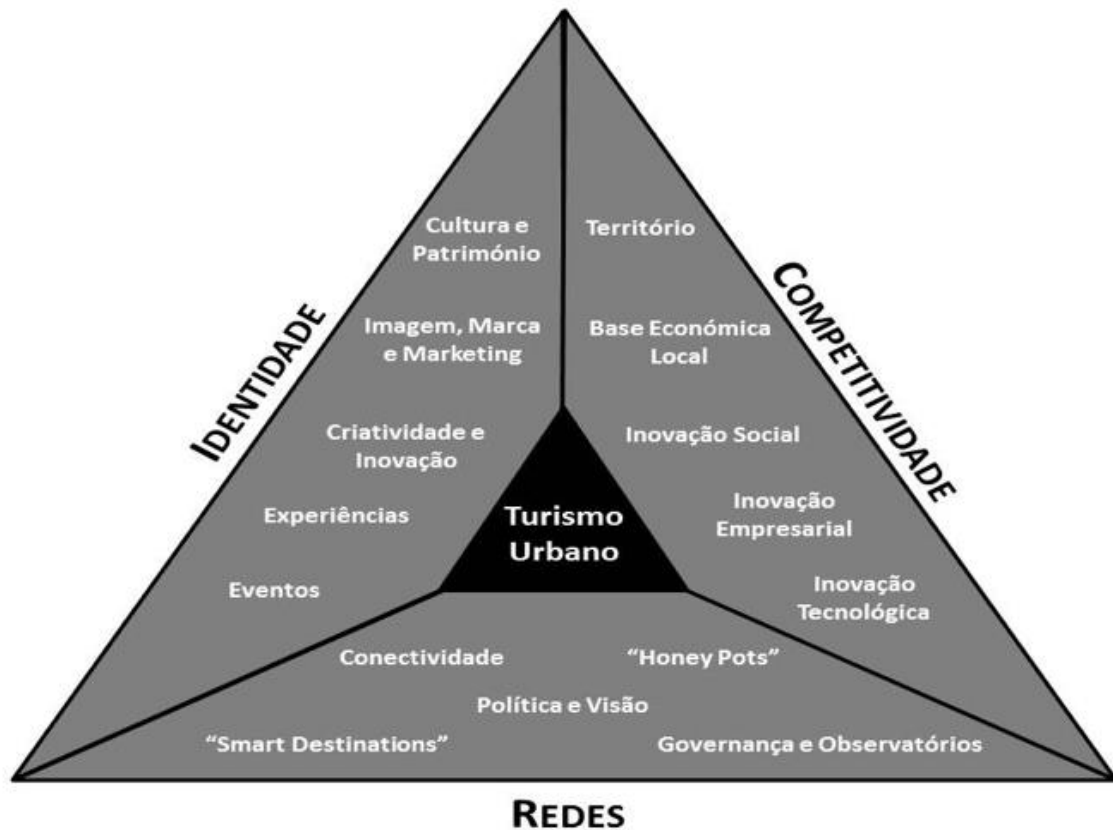
O turismo urbano tem como consumidores visitantes nacionais e internacionais e os residentes desses mesmos espaços

Ao considerar que os próprios residentes que habitam esses locais podem ser consumidores desse mesmo espaço, a definição “desafia” o sentido estatístico de turista, que se restringe a pessoas que se deslocam do exterior e dormem no destino pelo menos uma noite, evoluindo para um conceito de turista mais solto, mais abrangente, com um sentido mais empresarial, ao colocar um foco particular na área da gestão de espaços e dos seus consumidores (clientes).

Tendo em consideração todas estas dinâmicas, torna-se importante refletir sobre os quais os elementos que irão influenciar uma gestão e planeamento adequados do Turismo urbano no futuro.

Neste seguimento apresenta-se o **Modelo ICR do Turismo Urbano**, que pretende ajudar a sistematizar e a organizar o pensamento estratégico de forma a conseguir-se uma correta intervenção e gestão dos destinos urbanos, bem como a sua dinamização.

FIGURA Nº 1 MODELO ICR DO TURISMO URBANO



Fonte: Costa, C., Albuquerque, H. (2017). Um novo modelo conceptual para o Turismo Urbano. In Silva, F. Umbelino, J., Planeamento e Desenvolvimento Turístico, Lidel Edições Técnicas, Portugal, capítulo 29 (409-434)

O Modelo ICR do Turismo Urbano assenta em três vertentes importantes do turismo Urbano:

Identidade: O conceito de identidade está relacionado com a oferta de **cultura e património** local suscetível de atrair turistas, aquelas cidades que seguem seu "ADN" que os caracteriza e diferencia poderão ter uma **imagem, uma marca e um marketing** que os diferencia dos outros destinos. Assim sendo os destinos necessitam de tornar os seus recursos culturais e patrimoniais em **eventos** com criatividade e inovação de forma a tornar seu consumo em experiências memoráveis.

Competitividade: a Competitividade se refere que não basta apenas possuir recursos únicos e distintos, uma vez que produtos semelhantes podem ser oferecidos por concorrentes noutros locais, os destinos têm que ser competitivos para terem sucesso.

A própria promoção dos locais deve passar pelos territórios em que os produtos e equipamentos se encontram localizados (marketing territorial). O Território deve ser entendido como a “empresa” onde interagem produtos equipamentos e serviços. A base económica local deve ser construída e gerida tendo em consideração o ambiente económico e as relações que se constroem nos territórios.

Segundo Costa e Brandão (2011) o turismo é uma “indústria” de pessoas e para as pessoas, onde seu maior capital é o humano. É preciso que todo seu processo passe pela inovação social, é necessário criarem experiências únicas aos turistas. Segundo (Buhalis e Costa, 2006) esta inovação empresarial passa pela **Inovação Tecnológica**, é preciso criar eventos e produtos que se posicionem de forma distintiva na mente do consumidores e os façam desejar consumi-los, para isso, a tecnologia tem dado uma ajuda significativa já que os consumidores conseguem ter uma descoberta rápida e sensacional dos produtos, serviços e eventos, que lhes faz surgir a vontade imediata de consumi-los e de partilhar com os seus amigos e com a sociedade em geral os seus consumos.

Na base da pirâmide do Modelo ICR do Turismo Urbano encontra-se as **redes**. No turismo Urbano encontramos produtos, serviços, empresas, organizações e consumos. É no sucesso individual, mas igualmente na “constelação” integrada destes pontos, que está o triunfo do Turismo urbano. Para terem sucesso, todos os atores necessitam de possuir boa conectividade na rede, para darem o seu contributo dentro dela, mas têm de assegurar que a forma como se organizam e interagem entre si leva à criação de **honeypots** que fixam a mente dos consumidores nos destinos (Costa, 2011; Costa, Panyik e Buhalis, 2014).

O que vale é a empresa-destino, que integra todas as empresas e organizações do território, e não um polo de crescimento com pequenos **spin-offs** em seu redor. Torna-se fundamental, igualmente, considerar que estas redes devem possuir política e visão conjuntas. Os próprios custos de promoção podem, inclusivamente, serem diminuídos e a eficácia da promoção ser largamente melhorada com o envolvimento direto de todos os

parceiros na rede. É tendo por base estes princípios que podem ser construídas **smart destinations**, que de uma forma eficiente e eficaz, conseguem seguir e criar novos mercados. Estes novos princípios de gestão participada e responsável conduzem a criação de novas formas de **governança e observatórios**, que representam uma forma eficiente e eficaz de se gerir e planear destinos

PART II - CASO DE ESTUDO

2. Descrição do caso de estudo: Plano de Implementação do Aveiro's Dock Apartments

2. 1 Sumário Executivo

Este trabalho final de mestrado pretende apresentar um projeto de implementação de três apartamentos T0 para o alojamento local em Aveiro, bem como seu desenvolvimento em termos de promoção e de novos produtos turísticos. Pretende, ainda, demonstrar como podem ser criadas parcerias de negócio para seu desenvolvimento sustentável.

A sua Gestão estará a cargo da Carla e Ana, filhas dos proprietários do Aveiro's Dock Apartments.

O Aveiro's Dock Apartments situa-se no Centro de Portugal, e pertence ao concelho de Aveiro, estando a uma distância de aproximadamente 73 km da cidade do Porto e a 255 km da cidade de Lisboa.

O "Apartamento E" e o "Apartamento G" terão um preço base que varia dos 60€/noite até 150€/noite. O "Apartamento D" terá um preço base de 55€/noite até 130 €/noite conforme a época do ano. Os hóspedes estarão integrados num ambiente familiar e serão tratados com proximidade, podendo telefonar diretamente com a encarregada do "Aveiro's Dock Apartments" sempre que o desejarem.

Também se evidenciou a importância do meio digital como ferramenta para promover uma unidade de alojamento local em detrimento dos meios tradicionais. Assim, a estratégia de comunicação das "Aveiro's Dock Apartments" terá o seu foco principal no meio digital como forma de atrair novos clientes e fidelizar os atuais.

O ano de 2017 e 2018 será considerado o ano do investimento total e de início de atividade. Todo o financiamento do projeto será feito com recurso a capitais próprios do dono.

2.2 Descrição da Empresa

2.2.1 Historial da Empresa

A ideia de criar um empreendimento de Alojamento Local, em Aveiro começa a desenvolver-se em 2014 quando o proprietário adquire um prédio centenário no Centro Histórico da cidade e decide recuperá-lo, mantendo a sua arquitetura e traça originais. O registo prévio para ser usado para fins turísticos é feito em 2017 na Câmara Municipal de Aveiro, tendo o processo sido concluído em 2018 recebendo o registo de Alojamento Local correspondente a cada apartamento.

É a partir desta premissa, foi criado o “Aveiro’s Dock Apartments”, que são um conjunto de 3 apartamentos tipologia T0, situados na Praça do Peixe – zona histórica da cidade de Aveiro, onde os apartamentos serão explorados de forma integrada pelo mesmo proprietário e a sua família

2.2.2 Apresentação do Proprietário

O “Aveiro’s Dock Apartments” será explorado por Fernando Rodrigues, proprietário dos três apartamentos que compõem o projeto. A cidade de Aveiro é o local onde o proprietário passou a sua adolescência e continua a ser a sua residência de Verão e um local que visita de forma muito regular. Esta paixão pelas suas raízes fez com que decidisse recuperar o prédio que comprou, com o objetivo de explorá-lo para fins de Alojamento local. Além da paixão pelas suas raízes, as suas filhas são as responsáveis pela exploração e promoção de todos os apartamentos que compõem a “Aveiro’s Dock Apartments”.

2.2.3 Conceito e Localização da Empresa

O projeto consiste num serviço de apartamentos de alojamento local situado no centro da zona histórica de Aveiro. Os Aveiro’s Dock Apartments ficam localizados num edifício reconstruído com a fachada de azulejos originais com mais de 100 anos, pintados à mão, o prédio encontra-se a escassos metros das principais atrações da cidade nomeadamente os canais da ria de Aveiro.

Os apartamentos estúdios apresentam uma decoração minimalista, alguns com acesso ao pátio central com um mural de azulejo moderno português pintado a mão. Todos os

apartamentos estúdios dispõem de uma área de sala de estar com sofá cama, acesso a Wi-Fi gratuito, televisão de ecrã plano por satélite, casa de banho privativa com secador de cabelo e toalhas, ar condicionado, aquecimento, máquina de lavar e secar roupa, assim como uma cozinha ou kitchenette totalmente equipada com frigorífico, forno e micro-ondas.

Os hóspedes podem preparar as suas refeições nas cozinhas ou kitchenettes. Acresce que a zona circundante do prédio conta com uma zona repleta de restaurantes e cafés onde podem desfrutar da cozinha local e internacional. Também existem diversos bares a uma curta distância.

A uma caminhada de 5 minutos dos apartamentos estúdios encontram-se os canais da ria de Aveiro, a Igreja de São Gonçálio padroeiro da cidade, museus, mercado do peixe, mercado Manuel Firmino, bairro dos pescadores, parque infantil, zona pedonal com máquinas para prática de exercício físico, posto de turismo, comboio turístico, moliceiros, autocarros e zonas de compra com lojas de comércio tradicional de rua assim como o Centro Comercial Fórum Aveiro, entre outras muitas atrações.

A emblemática estação ferroviária de Aveiro, construída no ano 1916, fica a 1,3 km, estacionamento gratuito a 700 metros e aquisição das Buga – bicicletas de utilização gratuita na cidade ficam a 550 metros dos apartamentos estúdios.

2.2.4 Missão, Visão e Valores

A “Aveiro’s Dock Apartments” tem como missão proporcionar a todos os seus hóspedes um serviço de alojamento local de qualidade em apartamentos de arquitetura moderna e atual, num ambiente de cidade com proximidade a todas as valências turísticas da região de Aveiro.

A sua visão é tornar o “Aveiro’s Dock Apartments” num alojamento de preferência para os turistas que utilizam este tipo de alojamento na cidade de Aveiro e contribuir para o desenvolvimento económico e turístico de toda a região. Os valores são: Familiaridade; Conforto; Qualidade; Centralidade.

2.3 Análise Ambiental: Análise PESTAL

2.3.1. Envolvente político-legal

O Turismo, segundo o presidente da Associação de Hotelaria em Portugal, irá assumir-se como um dos principais motores de exportação e do crescimento do país. Tal decorre de previsões que têm como base as reservas já feitas para o ano corrente, bem como a previsão sobre a continuidade da instabilidade e segurança de outros países na zona do globo. A Associação de Hotelaria de Portugal refere ainda que Portugal não tem turistas a mais e considera que o país tem condições para concorrer com destinos alternativos, tais como França, Reino Unido, ou a Itália. (AHP/ Hotelaria de Portugal .2017).

As baixas barreiras à entrada de novos negócios de alojamento local podem impactar o negócio. A nova legislação em vigor desde agosto de 2018, ira exercer um maior controlo na abertura de novos alojamentos.

De acordo com a informação avançada pelo Turismo de Portugal no caderno Perguntas Frequentes Sobre a Legislação do Alojamento Local de 2015, analisamos que «Para a exploração de um imóvel como estabelecimento de alojamento local é necessário efetuar previamente o registo do estabelecimento, através de uma mera comunicação previa, no Balcão Único Eletrónico e declarar o início de atividade junto da Autoridade Tributária e Aduaneira – para o exercício da atividade de prestação de serviços de alojamento (correspondente à secção I, subclasses 55201 ou 55204 da Classificação Portuguesa de Atividades Económicas).»

No entanto, há grupos de pressão, que por causa da gentrificação, defendem o controlo de casas destinadas ao alojamento local, em favor da população residente a longo termo. Entenda-se como gentrificação o fenómeno de valorização imobiliária de uma zona urbana, causada pela saída de residentes de rendimentos baixos e a entrada de grupos com mais poder económico numa determinada área geográfica.

Como principal ponto negativo está a deslocação dos residentes que por incapacidade financeira, e não conseguindo acompanhar a subida do preço - médio de vida, acabam por procurar outras zonas para habitar. De igual modo, a gentrificação impacta negativamente

uma vez que contribui para a descaracterização de zonas históricas, que incluem tradições culturais, isto é, perda de identidade e de alma.

2.3.2 Envolvente económica

Segundo o Instituto Nacional de Estatística (2018) a economia portuguesa cresceu 2,7% em 2017, o PIB aumentou 2,7% mais 1,2 pontos percentuais que o verificado no ano anterior. Esta evolução resultou do aumento do contributo da procura interna, refletindo principalmente a aceleração do Investimento.

A taxa de desemprego reduziu-se para 8,9% (-2,2 p.p.) em 2017, acentuando a diminuição face a 2016 (-1,3 p.p.) e 2015 (-1,5 p.p.).

A taxa de inflação (variação média anual do índice de preços no consumidor) foi de +1,4% em 2017, acima dos anos anteriores (+0,6% em 2016 e +0,5% em 2015). O Turismo, tem tido um papel muito importante na balança de serviços, compensando o défice da balança de bens, e também porque os agentes económicos ganharam confiança e isso é um ótimo sinal para o PIB crescer.

O Banco de Portugal sublinha “a economia portuguesa tem revelado uma notável capacidade de ajustamento macroeconómico e uma reestruturação sectorial assente numa dinâmica de crescimento e de internacionalização das empresas (...) no entanto o crescimento das mesmas exige o reforço produtivo das empresas e a disponibilidade de recursos humanos qualificados num quadro de estabilidade financeira e de previsibilidade legislativa” (Jornal de Negócios 2017).

2.3.3 Envolvente social

Segundo a AICEP (2018), em 2017 Portugal tinha 10,31 milhões de habitantes (em 2012 eram 10,51 milhões) onde cerca de 5,16 milhões (50%) era população ativa. Esta diminuição da população deve-se a diversos fatores como a emigração para países estrangeiros e o aumento do envelhecimento da população, sendo que em 2008 existiam 115 idosos por cada 100 jovens e em 2015 havia 147 idosos por cada 100 jovens (Pereira, 2016). No território continental, a população tem uma distribuição mais elevada junto às áreas litorais, com Lisboa e Porto a serem as áreas com maior densidade populacional (AICEP, 2017).

2.3.4 Envolvente tecnológica

A nível tecnológico, segundo a Marktest (2018), a taxa de penetração da internet em Portugal Continental atingiu os 68,8 % (5,9 milhões de utilizadores) em relação a residentes com idades a partir dos 15 anos. Este valor representa um aumento de 10x face a 1997, onde existiam apenas 6,3 milhões de utilizadores. Este número vem também evidenciar que no final de fevereiro de 2017, a taxa de penetração de *smartphones* que permitem o acesso móvel à internet é de 68% sobre o número total de utilizadores de telemóvel em Portugal, representando um aumento de 89% em relação a abril de 2013 (SapoTek, 2017).

Entre 2008 e 2017, o número de portugueses que utilizam as redes sociais aumentou de 17,1% (em 2008) para 54,8% (em 2017), contudo apenas um terço das empresas usa estas plataformas (Agência Lusa, 2017), o que demonstra que a maioria das empresas portuguesas ainda não se adaptou a esta nova realidade onde o meio digital assume cada vez mais importância no relacionamento entre empresas.

Ao nível do turismo, a internet é uma ferramenta cada vez mais importante para a reserva de alojamento, divulgação turística dos destinos e unidades de alojamento e comunicação entre empresas e clientes. A internet é o meio preferido pela maioria para reservarem alojamento e também o mais importante para promover uma unidade de alojamento Local, reforçando a importância cada vez maior da utilização da internet e novas tecnologias pelas empresas.

2.3.5 Envolvente ambiental

De acordo com o Ministério da Economia (2017), as populações estão cada vez mais preocupadas com o meio ambiente, valorizando cada mais as empresas que se preocupam em ter comportamentos que protegem e respeitam o meio ambiente. Estas preocupações ambientais levaram as empresas a apostar em programas de responsabilidade ambiental, produtos e serviços que não prejudiquem o meio ambiente, sendo uma importante estratégia de marketing para se diferenciarem perante a concorrência (Diniz, 2015).

Atualmente, a Associação Bandeira Azul da Europa é a responsável de Portugal por coordenar o programa *Green Key* que premeia com um galardão internacional que

promove o Turismo Sustentável, os estabelecimentos turísticos e de restauração que implementam boas práticas ambientais e sociais (Green Key, 2016). Para se candidatarem a este galardão, os estabelecimentos deverão cumprir uma série de requisitos obrigatórios, adaptados a cada tipo de estabelecimentos, que serão avaliados presencialmente por membros da *Green Key*.

De referir que os Aveiro Dock Apartments possuem uma forte vocação ambiental, que inclui a reciclagem de resíduos, a utilização de produtos amigos do ambiente, o uso de lâmpadas de baixo consumo, bem como o aquecimento da água, para as cozinhas e banhos, com painéis solares.

2.4 Análise Sectorial

2.4.1 Sector do Turismo em Portugal

O Turismo em território nacional atingiu recordes em 2017. Portugal recebeu 20,6 milhões de hóspedes, um aumento de 8,9% face a 2016, segundo o Instituto Nacional de Estatística (INE-2018).

De acordo com o INE, os estabelecimentos hoteleiros registaram 20.641.900 hóspedes, um valor nunca antes atingido. As dormidas também progrediram 7,4% face a 2016, registando-se 57.493.000 dormidas. Ainda assim, os turistas ficaram menos tempo em Portugal, com a estada-média a cair 1,4% relativamente ao ano anterior — o que equivale a 2,79 noites.

Os proveitos totais da hotelaria avançaram a um ritmo mais acelerado que o dos hóspedes, o que significa que cada hóspede está a pagar mais pela sua estadia. Estes localizaram-se nos 3,9 mil milhões de euros, um avanço de 16,6%, face a 2016. Já os proveitos de aposento aceleraram 18,3% para os 2,4 mil milhões de euros, mais um ponto percentual que em 2016.

O mês que mais fortemente contribui para este aumento foi o mês de agosto com 2,4 milhões de hóspedes em todo o território nacional.

O mercado britânico continua a possuir a quota mais elevada no turismo nacional. Contudo, deve igualmente salientar-se a taxa de progressão dos mercados brasileiro, norte-americano e polaco. Mais de 22% dos turistas recebidos em Portugal eram britânicos, um número que avançou apenas 1,1% face a 2016. Já o mercado brasileiro cresceu 35,6% em 2017, o norte-americano avançou 33,4% e o polaco cresceu 30%.

Em segundo lugar na quota de turistas ficaram os alemães (13,6%), seguindo-se os espanhóis (9,7%) e os franceses (9,5%). Já o mercado interno contribuiu com 15,9 milhões de dormidas para o total anual.

As dormidas de residentes e não residentes aumentaram em todas as regiões do país, mas foi a Região Autónoma dos Açores e o Centro que contou com o maior aumento, com 15,8% e 14,5 mais turistas que em 2016, respetivamente.

Ainda assim, o Algarve concentrou 33,1% das dormidas, seguindo-se a Área Metropolitana de Lisboa, com 24,9% do total de dormidas.

2.4.2 Sector do Turismo no Alojamento Local

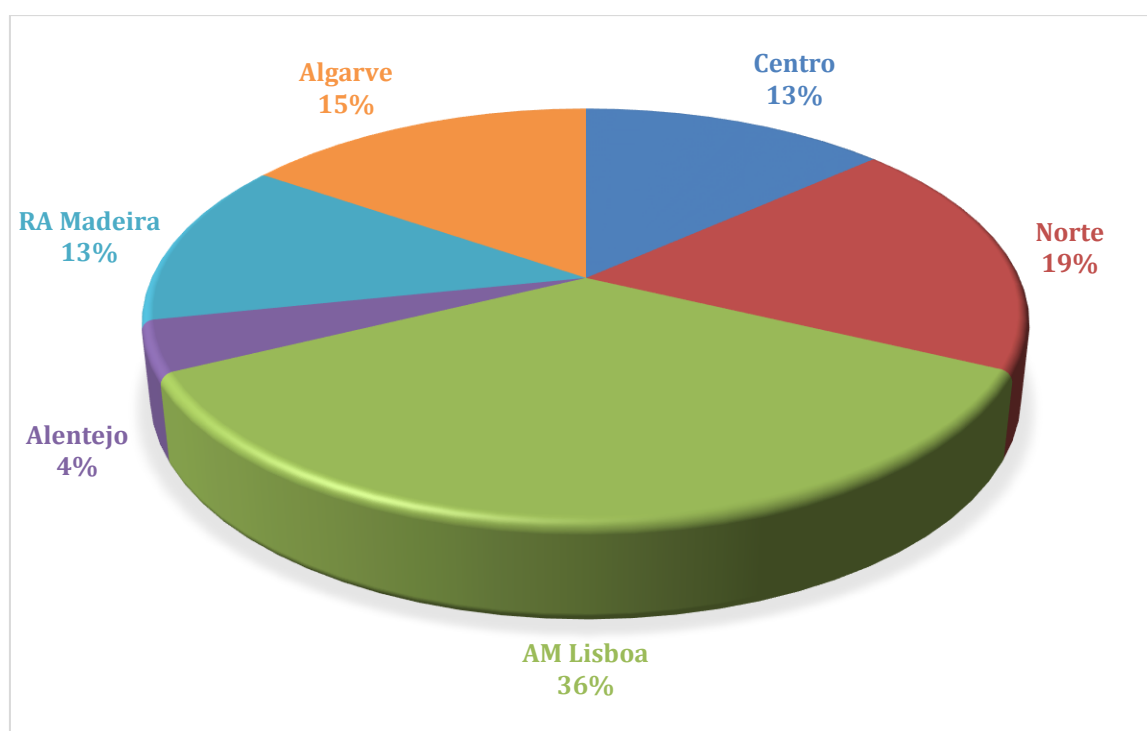
De acordo com o Instituto Nacional de Estatística (2018), o alojamento local em 2017 representou 3,4 milhões de hóspedes e 8 milhões de dormidas em 2017, face ao ano anterior, nesta forma de alojamento para turistas, o número de hóspedes cresceu 29% e as dormidas 26,7%. A estada média foi de 2,35 noites e a taxa de ocupação rondou os 37,2%.

De realçar que, segundo INE (Julho, 2017), a oferta de alojamento local a funcionar traduz-se em 2663 estabelecimentos e cerca de 66,6 mil camas (No continente, foram consideradas apenas as unidades com 10 e mais camas), um número que está bastante longe dos 59 mil registos de estabelecimentos registados no Registo Nacional do Alojamento Local, onde não se contabiliza aos que se encontram em situação ilegal e que se estima atingirem cerca de 20% do total. Os estabelecimentos de alojamento local geram uma receita de 263,0 milhões de euros de proveitos totais (+27,6%).

Em termos do alojamento turístico em geral, o alojamento local foi o segmento com maior peso no número de estabelecimentos (45,6%), representando 16,5% do total das camas

disponíveis. A AM Lisboa concentra a maior oferta de camas (25,4%), seguindo-se as regiões do Centro (20,0%) e Norte (19,8%).

FIGURA Nº 2 - REPARTIÇÃO DAS DORMIDAS NO ALOJAMENTO LOCAL POR REGIÕES NUTS II, 2017

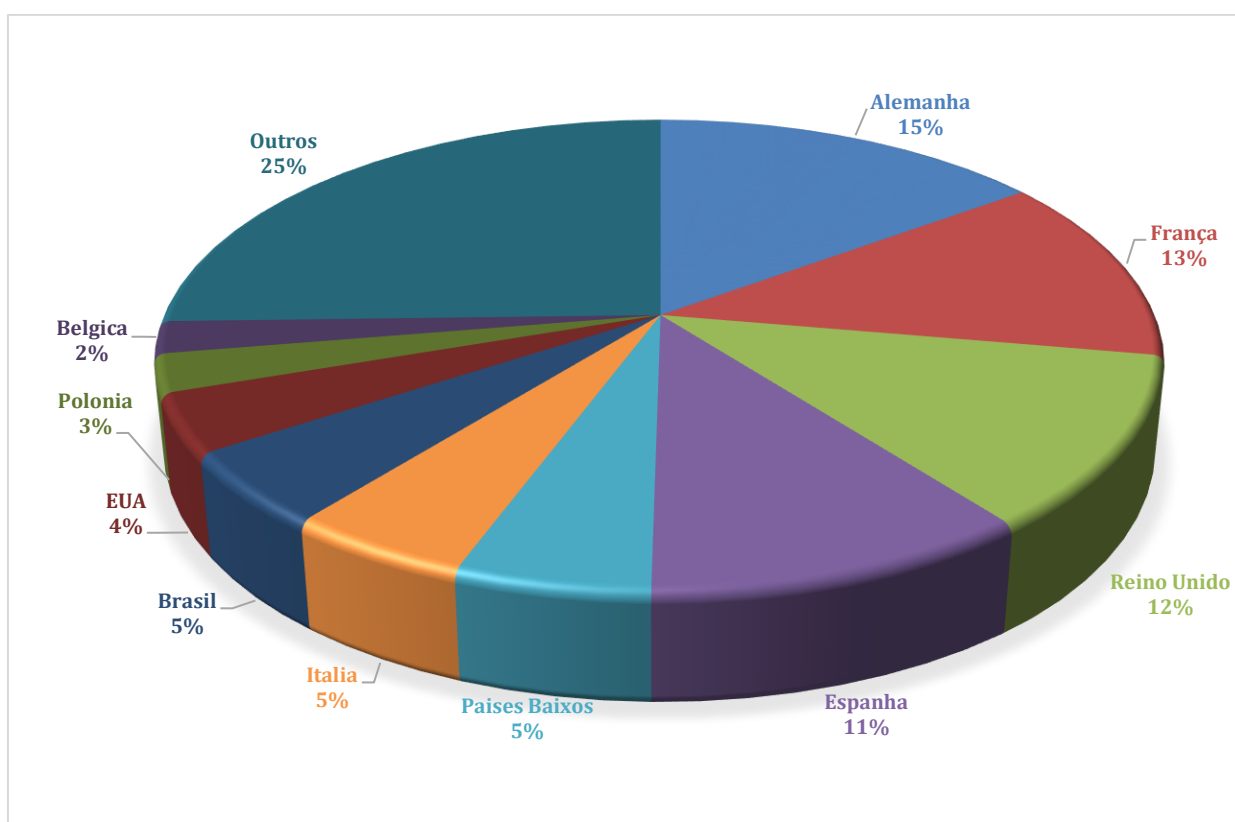


Fonte: INE (2018).

Em 2017 registou-se um aumento de 1,7 milhões de dormidas face a 2016, do qual 40,5% foi proveniente da AM Lisboa (678,7 mil dormidas adicionais), 18,9% do Centro (316,6 mil dormidas acrescidas), e 17,8% do Norte (acréscimo de 298,9 mil dormidas).

O mercado interno contribuiu com 2,7 milhões de dormidas no alojamento local (+16,4% face a 2016), representando 34,0% do total das dormidas neste segmento de alojamento. O mercado externo registou 5,2 milhões de dormidas (+32,8%) e apresenta uma quota de 66,0% do total das dormidas. As dormidas dos residentes concentram-se, essencialmente, no Norte (25,4% do total de dormidas), AM Lisboa (24,2%) e Centro (23,2%). Os destinos preferenciais dos não residentes foram a AM Lisboa (41,7% do total de dormidas), RA Madeira (16,7%), Algarve (16,4%) e Norte (15,2%). O grupo dos 10 principais mercados emissores no alojamento local (Alemanha, França, Reino Unido, Espanha, Países Baixos, Itália, Brasil, EUA, Polónia e Bélgica) representou 74,6% das dormidas dos não residentes.

FIGURA Nº 3 – DORMIDAS NO ALOJAMENTO LOCAL, SEGUNDO O PAÍS DE RESIDÊNCIA HABITUAL-2017.



Fonte: INE (2018).

O mercado alemão foi o principal mercado emissor (14,9% do total das dormidas de não residentes) e apresentou um crescimento de 27,4%. Seguiram-se os mercados francês, britânico e espanhol (+22,3%, +20,9% e +31,5%, respetivamente). Os restantes principais mercados apresentaram crescimentos significativos neste segmento, sendo de destacar as evoluções registadas ao nível dos mercados Polaco (+79,8%), dos Estados Unidos (+64,8%) e Brasileiro (+54,6%).

As dormidas dos mercados alemão e polaco orientaram-se para as AM Lisboa (33,2% e 37,8%, respetivamente) e RA Madeira (32,4% e 23,5%). As dormidas do mercado britânico distribuíram-se, maioritariamente, pelo Algarve (38,0%) e RA Madeira (25,5%), enquanto as dos Países Baixos se distribuíram principalmente pelo Algarve (35,1%) e AM Lisboa (30,8%). Os restantes principais mercados apresentaram como primeira opção a AM Lisboa, com realce para os residentes nos Estados Unidos (62,2%), Brasil (57,9%) e Itália (56,0%).

2.5 Análise Competitiva

2.5.1 Análise da Concorrência

Relativamente ao Alojamento Local, e com base na informação disponibilizada pelo RNAL (Registo Nacional de Alojamento Local, acedido em outubro de 2018), podemos verificar que existe em Aveiro com a mesma tipologia de alojamento (max. 4 pessoas e com 2 camas) um total de 78 Apartamentos registados. Se reduzimos a amostra pelo número do código postal onde se insere os Aveiro Dock Apartments ou seja 3800 (ver tabela Nº 2), verificamos que existem 52 apartamentos registados no âmbito da mesma tipologia.

TABELA Nº 2 ALOJAMENTOS LOCAIS REGISTADOS EM AVEIRO (zona postal 3800)

DATA DO REGISTO	NOME DO ALOJAMENTO	Nº CAMAS	Nº UTENTES	Nº QUARTOS	LOCALIZAÇÃO (CÓDIGO POSTAL)
07/09/18	Albergue dos Cagaréus	2	4	1	3800-095
12/01/18	Albergue dos Cagaréus	2	4	0	3800-095
14/03/17	Alojamento da Praça	1	2	0	3800-268
11/04/17	Alto das Marinhas	2	4	1	3800-100
09/04/15	Apartamento Aveiro	2	4	1	3800-162
30/05/17	Apartamento Ria de Aveiro	2	4	2	3800-272
01/03/18	AVEIRO BY JOSÉ ESTEVÃO	1	2	1	3800-201
22/03/17	Aveiro Train Flat	2	4	1	3800-134
26/01/17	Aveiro Urban Apartment	2	4	1	3800-136
29/07/15	AVEIRO URBAN FLAT	2	4	1	3800-136
25/08/17	AVEIROAPARTEMENT	2	4	2	3800-370
19/10/15	Aveirobestloft	2	3	1	3800-012
26/10/16	Aveiro-City-Beach-Nature	1	2	1	3800-438
31/10/17	AVEIRO'S DOCK APARTMENTS E	1	2	0	3800-220
31/10/17	AVEIRO'S DOCK APARTMENTS D	1	2	0	3800-220
16/06/17	Beira Mar Loft	2	4	2	3800-213
03/06/17	Captain's Central Cabin	2	2	1	3800-135
02/12/16	Casa da Avó	2	4	2	3800-123
22/03/18	Casa da Estação	2	2	2	3800-157
22/09/17	Casa da Estação	1	4	1	3800-157
07/04/15	Casa da Rua Estreita	2	4	1	3800-214

27/12/16	Casa do Canto	2	4	2	3800-123
20/02/18	Casa do Parque	2	2	2	3810-079
01/03/18	CASA JOSÉ ESTEVÃO	1	4	1	3800-201
19/07/18	Cozi Apartment in Aveiro Center	2	4	1	3800-110
21/10/13	Empreendimento Pateo Vera Cruz	1	4	3	3800-260
21/10/13	Empreendimento Pateo Vera Cruz	1	2	3	3800-260
20/04/18	Home Sweet Home Aveiro Garden	1	4	1	3800-175
02/10/17	Les Canaux	2	4	4	3800-135
13/06/16	Like Aveiro	2	4	3	3800-072
27/02/18	Lovely Aveiro Center Apartment	1	4	1	3800-106
17/07/15	O RODRIGO	2	2	5	3800-266
20/09/18	Páteo da Estação	2	2	1	3800-260
21/10/13	Páteo Vera Cruz	2	2	4	3800-260
21/10/13	Páteo Vera Cruz	2	2	4	3800-260
21/10/13	Pateo Vera Cruz - Fração BY	2	2	2	3800-260
21/10/13	Pateo Vera Cruz - Fração BZ	2	2	2	3800-260
21/10/13	Pateo Vera Cruz - Fração CD	2	2	2	3800-260
21/10/13	Pateo Vera Cruz - Fração CJ	2	2	2	3800-260
21/10/13	Pateo Vera-Cruz Fração BE	2	2	3	3800-260
30/08/16	Primetierra	2	4	1	3800-103
30/08/16	Primetierra	2	4	1	3800-103
30/08/16	Primetierra	2	4	1	3800-103
31/08/16	Primetierra	2	4	1	3800-103
31/08/16	Primetierra	2	4	1	3800-103
31/08/16	Primetierra	1	2	1	3800-103
31/08/16	Primetierra	1	2	1	3800-103
09/01/18	Primetierra Apartamento 1º esquerdo	2	4	1	3800-103
14/08/18	RIAD'AVEIRO Ap	2	4	1	3810-066
20/03/18	SOLDOURO GUESTHOUSE	1	4	3	3800-162
08/05/18	Station2	2	4	0	3800-157

Fonte: Elaboração própria a partir da base de dados do RNAL (2018).

Consideramos estes estabelecimentos como sendo concorrentes uma vez que oferecem a mesma tipologia e o mesmo serviço complementar. De igual modo, e tendo em conta o mesmo critério, não consideramos concorrência os estabelecimentos de hospedagem (hostel), nem hotéis, nem os parques de campismo. O posicionamento deste tipo de estabelecimentos é diferente do posicionamento da unidade de hospedagem em estudo.

2.5.2 Modelo das Cinco Forças de Porter e Fatores Críticos de Sucesso

Segundo Porter (1979), a natureza e o grau de competitividade do sector podem ser determinados através da análise de cinco forças: ameaça de entrada de novos concorrentes, poder negocial dos clientes, poder negocial dos fornecedores, ameaça de produtos/serviços substitutos e a rivalidade entre concorrentes atuais. Ao analisar estas forças, a empresa irá ter uma noção do potencial do sector e quais deverão ser as estratégias a adotar de forma a tornar-se competitiva e a prosperar no sector em que se insere. Assim, a estratégia de negócio a adotar pela “Aveiro’s Dock Apartments” será influenciada através da análise destas cinco forças no sector do turismo do Alojamento Local.

TABELA Nº 3 – MODELO DAS CINCO FORÇAS DE PORTER APLICADO AO AVEIRO DOCK APARTMENTS

<p><u>Ameaça de entrada de novos concorrentes: média/Alta.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Facilidades legais facilitam a criação novos projetos; • O investimento poderá ser elevado para alguns dos empresários; • Aumento da atividade económica do país ligada ao turismo facilita o retorno do investimento realizado; • Utilização e rentabilização de imóveis próprios adaptados ao turismo face ao aumento em massa do turismo na cidade de Aveiro.
<p><u>Poder negocial dos clientes: Médio/Alto.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Fácil acesso a plataformas (online e físicas) de comparação de preços e qualidade do serviço que permitem ao cliente comparar as várias unidades de alojamento; • Baixo custo de mudança para o cliente; • Os preços praticados são estabelecidos pela empresa; • Pode ser ou não fidelizado.
<p><u>Poder negocial dos fornecedores: Médio/Baixo.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Obrigatoriedade da existência de contratos com os fornecedores de serviços essenciais ao funcionamento da unidade de alojamento e que acarretam determinados custos de mudança (água, luz, seguros) que podem ser altos, baixos ou médios; • Elevado número de fornecedores de bens necessários para o bom funcionamento da unidade de alojamento (e.g.: produtos de limpeza, roupas para a casa, etc.), permitindo ao proprietário ter um custo de mudança muito baixo; • Possibilidade de realização de contratos (escritos ou verbais) com fornecedores locais para o fornecimento de serviços adicionais à unidade de

alojamento (e.g.: transporte de <ul style="list-style-type: none">passageiros, passeios turísticos, passeios em moliceiro, visitas as salinas).
<u>Ameaça de produtos substitutos: Elevada.</u> <ul style="list-style-type: none">Parques de campismo próximos: Camping da Costa Nova e da Barra;Existência de vários hotéis, hosteis, pousadas e outros tipos de alojamentos na cidade de Aveiro.
<u>Rivalidade entre concorrentes atuais : Elevada.</u> <ul style="list-style-type: none">Pouca diferenciação tanto a nível de preços como de serviços entre as várias unidades de alojamento local em Aveiro;A internet é o principal meio de divulgação de todas, existindo diferenças ao nível da comunicação de cada uma;A facilidade de acesso à informação permite que as empresas conheçam as principais estratégias de marketing utilizadas pelas suas concorrentes.



Atratividade Global do Sector: Média/ Alta

Fonte: Elaboração própria com base ao modelo das 5 forças de Porter.

Ao identificar os principais fatores críticos de sucesso na indústria do turismo no alojamento local, a empresa conseguirá determinar melhor quais as suas forças e fraquezas nessas áreas críticas, que lhe irão permitir tomar decisões estratégicas que melhorem o seu desempenho.

Assim, as empresas que forneçam serviços de alojamento local deverão ter identificado os seguintes fatores críticos de sucesso: atendimento; limpeza e higiene das instalações; segurança; gestão de reservas; localização da unidade de alojamento e novos produtos em turismo.

2.5.3 Objetivos Estratégicos do Projeto

O projeto “Aveiro’s Dock Apartments” tem como principal objetivo estratégico tornar a estes apartamentos em formas de alojamento de qualidade e de referência na cidade de Aveiro.

De forma a atingir o objetivo principal, é necessário definir os seguintes objetivos secundários, de forma a garantir o sucesso do projeto:

- Criar uma oferta de alojamento de qualidade, mas igualmente distintiva, na cidade de Aveiro;
- Criar uma oferta de alojamento flexível, mas com atendimento personalizado;
- Fomentar o consumo de produtos locais, de forma a incrementar formas de turismo sustentável e inclusivo;
- Criar novos produtos em Turismo como complemento ao alojamento;
- Criar Redes / parcerias com outras entidades ligadas ao Turismo;
- Criar uma página Web do alojamento e adicionar a página Web as reservas online;
- Estar presente nas principais redes sociais e *websites* de reserva de alojamentos;
- Estar presente nas principais feiras de Turismo Nacionais e Internacionais e fazer parceria com os vários agentes económicos do sector.

3.Analise do Mercado: Estudo de Mercado- Turistas em Aveiro

Neste momento existem muitas limitações ao nível de informação disponível sobre o perfil do Turista que visita Aveiro, não existindo dados que nos permitam fazer uma avaliação rigorosa sobre o perfil do turismo em Aveiro, nomeadamente no que diz respeito ao: motivo da viagem, meio de transporte utilizado, duração da viagem, número de pessoas, tipo de alojamento utilizado, etc., para poder elaborar uma análise deste ponto.

O Turismo da região Centro, tem, no Posto de turismo de Aveiro, a sede do Observatório de Turismo da região centro em parceria com o Instituto Politécnico de Leiria, cuja finalidade é a de obter dados, através de questionários e inquéritos, junto das diferentes entidades económicas envolvidas no processo (Alojamentos, operadores turísticos, restauração, entre outras) para posterior análise e relatórios semestrais e anuais.

Contudo, e apesar deste objetivo, esta informação não se encontra ainda devidamente recolhida e tratada.

4. Plano de Marketing

4.1 Matriz TOWS

A matriz TOWS permite criar e definir estratégias através do cruzamento das ameaças (T), oportunidades (O), fraquezas (W) e forças (S).

TABELA Nº 4 – MATRIZ TOWS DOS AVEIRO'S DOCK APARTMENTS

	<u>Forças (S):</u> <ul style="list-style-type: none"> • Localização do Aveiro's Dock apartments (centro histórico); • Arquitetura típica da região; • Riqueza do património natural, cultural e gastronómico da região; • Atendimento da equipa do Aveiro's Dock Apartments. 	<u>Fraquezas (W):</u> <ul style="list-style-type: none"> • Não existe Página Web do alojamento; • Apenas é possível reservar o alojamento online pela plataforma do booking; • Localização dos apartamentos perto dos bares pode traduzir em barulhos ao fim de semana.
<u>Oportunidades (O):</u> <ul style="list-style-type: none"> • O mercado do AL está em crescimento; • Programas de incentivo ao Investimento no turismo; • Internet como meio de divulgação e vendas; • Existência de diferentes operadores turísticos. 	<u>Estratégias – SO:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Aproveitar o crescimento do mercado Alojamento Local para atrair mais turistas ao concelho de Aveiro e transformar a cidade de Aveiro num ponto turístico da região; • criar parceria “redes” com os diversos operadores turísticos. 	<u>Estratégias – WO:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Possibilitar a reserva de alojamento através do próprio <i>website</i>, com pagamentos via Paypal, transferência bancária e cartões de débito e crédito • Dinamização das páginas de Facebook e criação de páginas no Youtube e Instagram como meios de divulgação; • Junto com as autarquias criar soluções para evitar o ruído noturno (fazer valer a lei sobre o ruído).

Ameaças (T): <ul style="list-style-type: none"> • Elevada concorrência e produtos substitutos; • Instabilidade económica e política de Portugal; • Sazonalidade do turismo; • Altos custos de comissão das plataformas Booking e Airbnb associados ao imposto o que reduz o lucro do negócio. 	Estratégias – ST: <ul style="list-style-type: none"> • Criação de pacotes “fim de semana” com preços especiais fora dos meses de junho, julho, agosto e setembro; • Diferenciar-se perante os restantes concorrentes; • Criação de pacotes de fidelização com descontos para os fidelizados; • Criar parcerias com agentes de viagens para reduzir comissões das plataformas. 	Estratégias – WT: <ul style="list-style-type: none"> • Utilizar as redes sociais para se diferenciar da concorrência.
--	--	---

FONTE: Elaboração própria, segundo a análise Swot do Alojamento

4.2 Segmentação

“Segmentar um mercado consiste em dividi-lo num certo número subconjuntos, tão homogêneos quanto possível, para permitir que a empresa adapte a sua política de marketing a cada um desses subconjuntos ou a alguns deles” (Lindon, Lendrevie, Rodrigues, Lévi, e Dionísio, 2004).

Para poder segmentar o mercado dos turistas que visitam Aveiro seria necessário ter estes dados disponíveis para análise. Contudo, os dados do INE de 2017 são mais gerais (Portugal) e referem que o grupo dos 10 principais mercados emissores no alojamento local são (Alemanha, França, Reino Unido, Espanha, Países Baixos, Itália, Brasil, EUA, Polónia e Bélgica) e representam 74,6% das dormidas de não residentes.

Em relação aos turistas residentes em 2017, a região Centro continuou a captar o maior número das viagens dos residentes (5,7 milhões), cabendo-lhe 30,0% do total, sendo a principal motivação destas deslocações a “visita a familiares e amigos” (53,6%, após 49,1% em 2016). A duração média de cada visita à região Centro foi 3,2 noites.

Em termos de escalões etários, observou-se uma redução no peso dos turistas no escalão dos 25 aos 44 anos, de 29,3% em 2016 para 28,2% em 2017, a par do reforço da importância relativa do escalão dos 45 aos 64 anos (26,8% em 2017; +1,0 p.p. que em 2016).

Em 2017, 60,4% dos turistas que viajaram por motivo de “lazer, recreio ou férias” tinham até 44 anos, denotando-se um decréscimo desse conjunto face ao ano anterior (62,2%). Em contrapartida, o peso da população do escalão 45-64 anos passou de 24,8% para 26,2%.

Constatou-se um rejuvenescimento no conjunto dos turistas que se deslocaram para “visita a familiares ou amigos”, com o escalão mais jovem (dos 0 aos 24 anos) a subir de 26,6% em 2016 para 28,5% em 2017.

Nos turistas por motivos “profissionais ou de negócios” verificou-se um envelhecimento, com um aumento de expressão do escalão etário 45-64 anos (34,7% em 2017 face a 32,5% em 2016), a par de uma diminuição no peso do escalão 25-44 anos (37,4%; 39,5% em 2016).

O automóvel privado foi o principal meio de transporte utilizado nas viagens turísticas dos residentes, equivalendo a 17,2 milhões de deslocações em 2017, isto é, a 81,1% do total (-1,1 p.p., após +1,1 p.p. em 2016). De assinalar o aumento de importância do modo aéreo (+0,9 p.p., representando 9,9%), utilizado em 2,1 milhões das deslocações turísticas, bem como do autocarro (+0,2 p.p., 4,3%), ao qual corresponderam 914,3 mil deslocações.

Em 2017 acentuou-se o recurso ao avião nas viagens por motivos “profissionais ou de negócios” (27,6% do total, face a 25,7% em 2016). Nas deslocações em território nacional, o automóvel privado foi o meio de transporte privilegiado (88,0%; 88,5% em 2016), seguindo-se o autocarro (4,2%; 3,8% em 2016) e o comboio (3,2%; 3,6% em 2016).

Contudo estes dados não são conclusivos para o nosso estudo visto que o INE só tomou como referência para o estudo alojamentos locais com mais de 10 camas.

4.3 Marketing Mix

4.3.1 Produto

O projeto “Aveiro’s Dock Apartments” pretende oferecer um serviço de alojamento local situado no centro da cidade de Aveiro, concelho de Aveiro. O empreendimento será composto pelos seguintes apartamentos, construídos recentemente e com fachada restaurada de acordo com a sua traça original e arquitetura típica local:

Apartamento D- T0+ 1: tem 2 pisos, sendo o piso 1 a zona de cozinha e pátio para refeições e/ou lazer; o segundo piso é composto por um quarto com uma cama de casal e casa de banho equipada com toalhas e secador de cabelo

FOTOS DE Nº 1 ATÉ FOTO Nº5 - VISTA INTERIOR DO APARTAMENTO D

Foto nº 1



Fonte: Própria

Foto nº 2



Fonte: Própria

Foto nº 3



Fonte: Própria

Foto nº 4



Fonte: Própria

Foto nº 5



Fonte: Própria

Apartamento E- T0+2: composta por um espaço amplo onde a cozinha e quarto (cama de casal mais sofá cama) convivem num espaço diferenciado com casa de banho equipada com toalhas e secador de cabelo cama de casal mais sofá cama casal.

FOTO Nº 6 ATÉ FOTO Nº 11- VISTA INTERIOR DO APARTAMENTO E

Foto nº 6



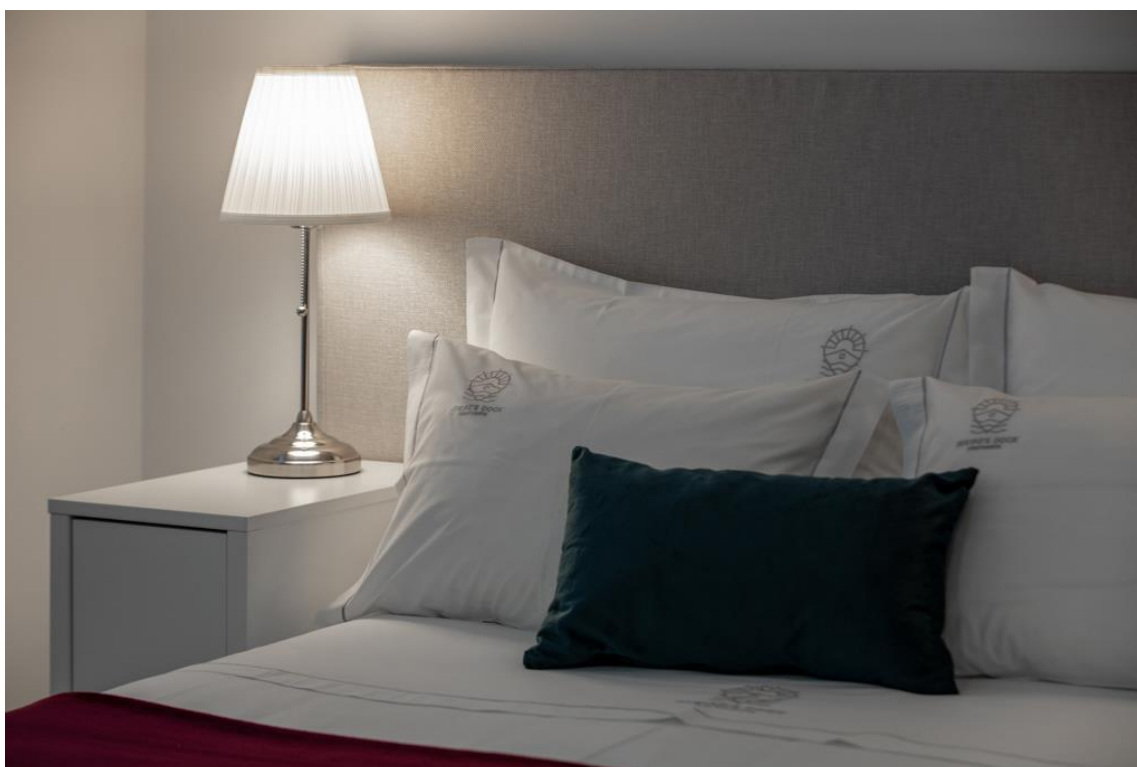
Fonte: Própria

Foto nº 7



Fonte: Própria

Foto nº 8



Fonte: Própria

Foto nº 9



Fonte: Própria

Foto nº 10



Fonte: Própria

Foto nº 11



Fonte: Própria

Apartamento G- T0+2: composta por um espaço amplo onde a cozinha e quarto (cama de casal com sofá cama) convivem num espaço diferenciado com casa de banho equipada com toalhas e secador de cabelo

FOTO Nº 12 ATÉ FOTO Nº 16- VISTA INTERIOR DO APARTAMENTO G

Foto nº 12



Fonte: Própria

Foto nº 13



Fonte: Própria

Foto nº 14



Fonte: Própria

Foto nº 15



Fonte: Própria

Foto nº 16



Fonte: Própria

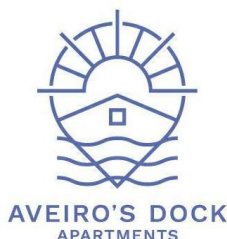
O pequeno almoço será num serviço futuro adicional pago complementarmente. Além disso, os hóspedes futuramente receberão também um cartão que permitirá um acesso fácil a uma série de serviços adicionais proporcionados por parceiros locais, como por exemplo:

- Parcerias estratégicas com alguns restaurantes do município de Aveiro: em troca de publicidade feita pelos “Aveiro’s Dock Apartments”, os restaurantes farão descontos aos hóspedes em cada refeição;
- Parcerias com empresas locais de desporto e lazer: os hóspedes terão desconto nas atividades organizadas por essas empresas e os clientes dessas empresas terão desconto/noite no “Aveiro’s Dock Apartments”;
- Novas parcerias serão anunciadas no site, Facebook e Instagram.

A marca “Aveiro’s Dock Apartments” surge com o objetivo de facilitar a associação entre a tipologia do empreendimento de Alojamento Local (apartamentos) e a cidade onde está inserido (Aveiro). Para ser mais facilmente reconhecível pelos turistas estrangeiros do mercado internacional, será designada “Dock Apartments” fazendo referencia também as docas dos barcos tão tradicionais nesta região.

O logótipo figura nº 3 com simbologia minimalista resulta da junção dos elementos sol e cais na parte superior. Os raios de sol ultrapassam a linha circular o que faz com que o símbolo “respire” mais a zona inferior, com junção de uma casa com o telhado que remete para as salinas. As ondas criam associação da cidade com o mar. O símbolo como um conjunto cria a forma de um pin de mapa.

FIGURA Nº 4 LOGO DOS AVEIRO’S DOCK APARTMENTS



Fonte: Elaboração própria

4.3.2 Preço

A política de preços foi estabelecida tendo por base a análise de preços aos principais concorrentes diretos e aos custos inerentes das atividades (obrigações fiscais e custos associadas as plataformas onde o Aveiro Dock está inserido). Ao longo do ano serão feitas várias promoções no Facebook e *website* “Aveiro Dock Apartments” com descontos sobre o preço base para atuais e novos clientes.

O “Apartamento E” e o “Apartamento G” terão um preço base que varia dos 72€/noite ate 150€/noite. O “Apartamento D” terá um preço base de 60€/noite ate 130 €/noite conforme a época do ano. (O preço base poderá ser alterado em função da procura/oferta).

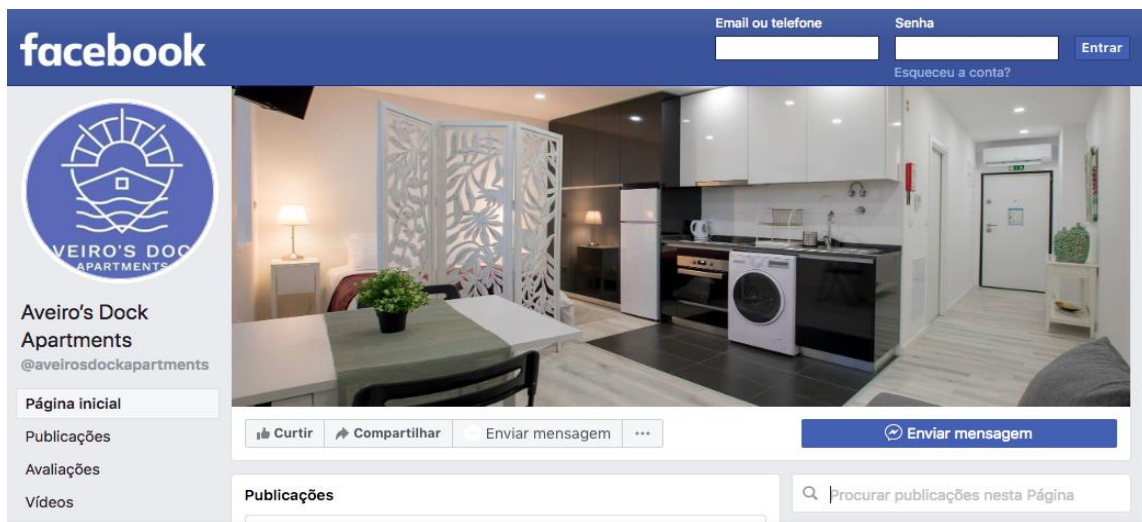
4.3.3 Promoção/Comunicação

Se verificou a importância do meio digital como ferramenta para promover uma unidade de alojamento Local em detrimento dos meios tradicionais. Assim, a estratégia de comunicação das “Aveiro’s Dock Apartments” terá o seu foco principal no meio digital como forma de atrair novos clientes e fidelizar os atuais.

Redes Sociais:

- **Facebook:** é uma das redes sociais mais populares e será aqui que todos os seus utilizadores terão acesso a todas as novidades dos “Aveiro’s Dock Apartments” e também um contato mais fácil e rápido através do serviço de mensagens. Nesta página serão publicadas notícias, fotografias, vídeos, eventos, promoções para novos e atuais clientes e desafios surpresa onde todos os seus seguidores poderão ganhar prémios;

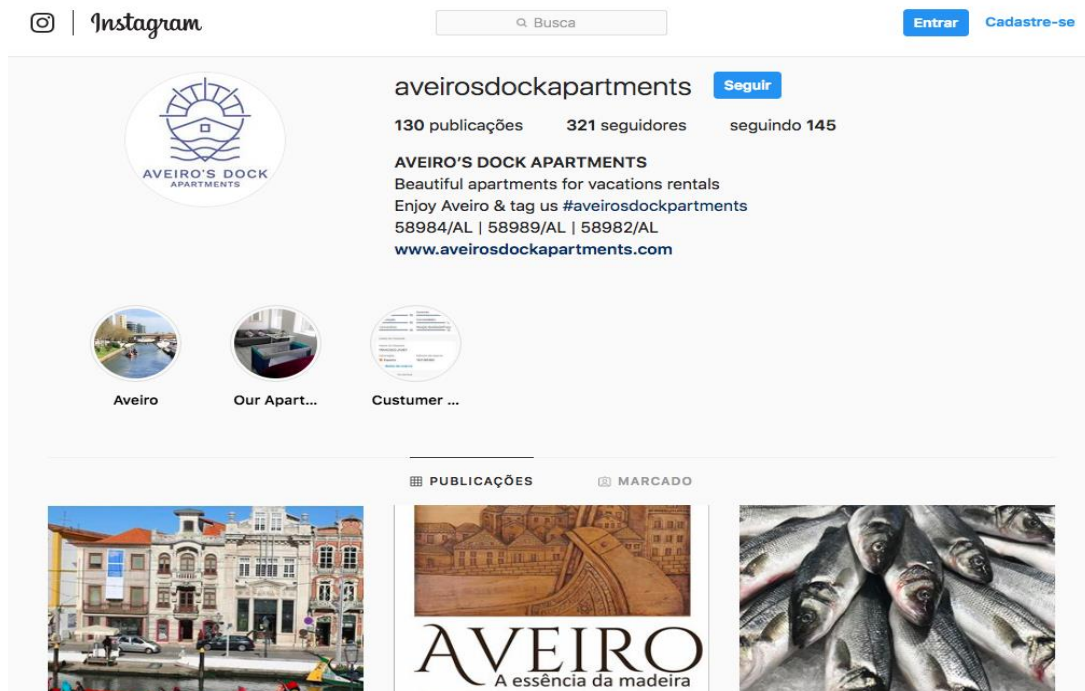
FOTO Nº17 FACEBOOK DO AVEIRO DOCK APARTMENTS



Fonte: Própria

- **Instagram:** foi criada uma página nesta rede social onde serão colocados fotos e vídeos;

FOTO Nº 18 INSTAGRAM DOS AVEIRO DOCK APARTMENTS



Fonte: Própria

- **Youtube:** será criada uma página onde serão partilhados vídeos relacionados com as “Aveiro’s Dock Apartments” e toda a região;
- **Blogs:** serão estabelecidos contatos com vários *bloggers* portugueses para que estes divulguem as “Aveiro’s Dock Apartments” nos seus *blogs*.

Website :

O *website* do “Aveiro’s Dock Apartments” será um site que, para além de toda a informação sobre os apartamentos, a cidade de Aveiro e pontos de interesse na região, passará a ter também uma área de cliente acessível apenas a clientes registados. Nesta área de cliente, o utilizador poderá reservar alojamento (para si ou em nome de outra pessoa) e pagar através de transferência bancária e referência multibanco; consultar os seus pontos de fidelização; ter acesso a promoções exclusivas e ver lista de parceiros locais. Os clientes registados receberão também por email uma *newsletter* trimestral com as últimas novidades.

Outros websites:

Além do próprio website, os clientes poderão reservar o seu alojamento pelo *Booking* e *Airbnb*. Serão estabelecidos contatos com vários *websites* de comparação de preços de alojamento e turismo em geral para incluírem os “Aveiro’s Dock Apartments” nas listas dos seus sites.

Parceiros:

Os parceiros locais serão uma importante fonte de divulgação e atração de novos clientes através dos descontos obtidos em ambos os serviços.

Programa de fidelização:

Como forma de fidelizar os clientes atuais e incentivá-los a convencer os seus familiares/amigos a serem também clientes, será criado um programa de fidelização por pontos acumulados que poderá trocar por descontos sobre o valor total da estadia no período “Restantes meses do ano”. O cliente receberá 1 ponto por cada noite passada no período “Restantes meses do ano” e 1,5 pontos por cada noite passada nos meses de “Julho e Agosto”, podendo consultar os pontos acumulados na sua área de cliente. Os pontos serão atribuídos apenas ao pagar o preço base da estadia, mas poderá usá-los juntamente com outras promoções em vigor até um máximo de 2 descontos diferentes em simultâneo.

Será ainda criados packages, com inserção de serviços complementares e de experiências da região, visando a atração de novos clientes (package Réveillon, Natal, Refúgio). Neste novo segmento pretendemos criar ofertas sazonais, aplicada via online, durante um curto período de tempo, mas de forma frequente, considerando a taxa de ocupação da unidade de hospedagem.

4.3.4 Distribuição/Localização

A distribuição será feita diretamente pelo operador do serviço, eliminando intermediários no processo. As reservas poderão ser feitas através de contato telefónico ou email com a entidade de alojamento, através do website “Aveiro’s Dock Apartments” (futuralemente), *websites* dedicados à reserva de alojamento (*Booking*) e futuralemente *Airbnb*.

A entrega das chaves que dão acesso à unidade de alojamento será feita pessoalmente pelo dono ou encarregado dos “Aveiro’s Dock Apartments”.

4.3.5 Pessoas

De forma a criar um clima mais familiar que muitos hóspedes procuram no turismo do alojamento local, estes serão acompanhados pessoalmente pelos donos dos “Aveiro’s Dock Apartments” nas alturas de *check-in* e *check-out*, o que lhes permitirá conhecer o apartamento onde ficarão alojados e dará conselhos acerca dos pontos turísticos da zona. Durante a estadia e de forma a criar um clima familiar, os hóspedes poderão entrar em contacto para obter resposta a algumas questões e apoiá-los sempre que o desejarem.

Os parceiros locais terão um papel importante porque serão também um meio de divulgação dos “Aveiro’s Dock Apartments”.

4.3.6 Processos

Existirão três fases de serviço: pré-serviço, serviço e pós-serviço.

A fase do pré-serviço será o primeiro contato que o cliente virá a ter com os “Aveiro’s Dock Apartments. Após ter escolhido os “Aveiro’s Dock Apartments” como local de férias, passa então a entrar em contato através dos vários meios disponíveis, sendo verificada a disponibilidade de alojamento para as datas pretendidas, processada a reserva e o respetivo pagamento. A reserva apenas ficará confirmada após receção do pagamento acordado.

Na fase do serviço, o cliente chega ao alojamento onde será recebido pelo proprietário ou alguém designado para fazer o *check-in* (a partir das 15h). Serão ainda confirmados todos os detalhes da reserva, a entrega da chave e cartão de desconto nos parceiros. Após feito

o *check-in*, o dono levará o cliente até o apartamento onde lhe explicará vários detalhes da casa, lhe apresentará a cesta de boas vindas (bolachas típicas raivas, doces vários e chá), e dará conselhos sobre pontos de interesse a visitar.

FOTO Nº 19 CESTA DE BOAS VINDAS



Fonte: Própria

Na fase do pós-serviço, será feito o respetivo *check-out* (até às 11h) no empreendimento onde o cliente entregará as chaves e receberá uma SMS para avaliar a qualidade do serviço. Após confirmação do *check-out* será feita a limpeza da unidade de alojamento para se poder proceder à receção de novos hóspedes.

5 Plano Operacional

5.1 Modelo de Negócio e Estrutura Legal da Empresa

Os “Aveiro’s Dock Apartments” é um empreendimento de AL situado em Aveiro, composto por 3 apartamentos exploradas por uma única entidade. Para iniciar a implementação do projeto foi necessário realizar as seguintes ações legais e operacionais:

- Obtenção do financiamento necessário através do recurso a capital próprio;
- Registo de Início de Atividade nas Finanças do proprietário dos apartamentos;
- Registo prévio na Câmara Municipal de Aveiro para a obtenção do numero de registo de Alojamento local. Este requerimento foi feito individualmente para cada apartamento;
- Vistoria a realizar pela CM-Aveiro para confirmar os requisitos para o AL;
- Após a obtenção da autorização dada pela CM Aveiro, dá-se início à atividade turística.

5.2 Localização e Espaços Físicos

Os Apartamentos de Alojamento local “Aveiro’s Dock Apartments” estão localizados na Rua dos Marnotos, nº 58 em Aveiro. A cidade de Aveiro, situa-se no Centro de Portugal, e pertence ao concelho de Aveiro.

FOTO Nº 20 LOCALIZAÇÃO AVEIRO'S DOCK APARTMENTS



Fonte: Própria

FOTO Nº 21 ZONA ENVOLVENTE DOS AVEIRO DOCK APARTMENTS



Fonte: Própria

Os três apartamentos foram construídos segundo uma arquitetura moderna, clean e confortável. O prédio exterior foi restaurado de acordo com a sua traça original e arquitetura típica local (azulejos de cor azul característico da região de Aveiro fazendo lembrar o azul da Ria e do mar, ver foto nº 23 e nº 24)

FOTO Nº 22 FACHADA DOS AVEIRO'S DOCK APARTMENTS



Fonte: Própria

FOTO Nº 23 - PORMENOR DOS AZULEJOS DA FACHADA DOS AVEIRO'S DOCK APARTMENTS



Fonte: Própria

Todos os apartamentos são totalmente mobilados e equipados com eletrodomésticos, possuindo sala, cozinha, casa de banho e quarto. A lotação máxima de cada apartamento varia entre as 2 a 4 pessoas, dependendo do apartamento. No seu exterior é comum ao apartamento C e F tem uma zona de convívio e relax (Foto nº 25).

FOTO Nº 24 - TERRAÇO INTERIOR DOS APARTAMENTOS



Fonte: Própria

A 100 metros do “Aveiro’s Dock Apartments” existe um espaço de convívio e diversão designado como “Praça do Peixe”, com bares e restaurantes, aberto todo o ano, onde todos os hóspedes poderão conviver e divertir-se.

5.3 Gestão de Reservas

As reservas poderão ser feitas através do contato direto com o proprietário via telefone, *email*, *website* oficial das “Aveiro’s Dock Apartments” e pelo *Booking*. Os meios de pagamento aceites serão: transferência bancária, cartão de débito e crédito. A reserva será confirmada após confirmação do pagamento de um mínimo 50% do valor total da reserva, podendo o restante valor ser pago na altura do *check-in* presencial. Em caso de desistência por parte do cliente com menos de 15 dias de antecedência antes da data da chegada, será cobrado o valor total da reserva. Caso seja a “Aveiro’s Dock Apartments” a desistir, será devolvido ao cliente o valor a totalidade do valor pago na reserva.

6 Equipa de Gestão: Responsável pela gestão da empresa

A gestão da empresa estará a cargo das filhas e da esposa do proprietário da empresa que serão os responsáveis por toda a gestão. Com o objetivo de criar um clima mais familiar que muitos hóspedes procuram no alojamento local, estes serão acompanhados pessoalmente pelas filhas dos “Aveiro’s Dock Apartments”, nas alturas de *check in* e *check out*, que lhes darão a conhecer o apartamento onde ficarão alojados e darão conselhos acerca dos atrativos turísticos da cidade.

A contabilidade da empresa será realizada anualmente por um Contabilista Certificado pela Ordem dos Contabilistas. Este contabilista será externo à empresa e será celebrado através de um contrato de prestação de serviços a termo certo, sendo que os honorários a pagar serão acordados todos os anos entre o contabilista contratado e o dono da empresa “Aveiro’s Dock Apartments” na data da assinatura do contrato.

7 Calendarização 2018

TABELA 5 – CALENDARIZAÇÃO 2018 DO AVEIRO

Março	<ul style="list-style-type: none"> Os Aveiro's Dock recebem os primeiros hóspedes nas suas unidades de alojamento;
Abr./Mai./ Jun.	<ul style="list-style-type: none"> Receção de hóspedes no Aveiro's Dock
Jul./Ago.	<ul style="list-style-type: none"> Hóspedes de Verão alojam-se nas casas;
Set/Out/ Nov.	<ul style="list-style-type: none"> Estudo do mercado internacional e elaboração das estratégias de marketing dedicadas ao mercado internacional;
Dez.	<ul style="list-style-type: none"> Balanço anual; Preparação para o lançamento da campanha de marketing para o mercado internacional (BTL, feira Madrid);
Todo o ano	<ul style="list-style-type: none"> Estabelecimento de parcerias estratégicas com empresas locais; Manutenção do <i>website</i> oficial.
	<ul style="list-style-type: none">

Fonte: Elaboração Própria

8 Aplicação de Caso de estudo ao Modelo ICR do Turismo Urbano

Segundo o Modelo de ICR do Turismo Urbano explicado anteriormente, este assenta as suas premissas em três pilares principais que são:

- Identidade;
- Competitividade;
- Redes.

8.1 Identidade

Ao analisar a cidade de Aveiro, concluímos que os principais pontos fortes assentam em ativos naturais, edificados, sociais, culturais, mas também em serviços de qualidade. O crescimento orienta-se para as raízes ancestrais e históricas da região e da população, no património natural e geológico, marinho, histórico e arquitetónico de diferentes culturas ao longo dos séculos, que realçam a hospitalidade da população de Aveiro e o valor da sua identidade cultural e diversidade de oferta turística dentro do mesmo território, luz de um povo contente com as suas tradições e costumes.

No texto que se apresenta de seguida relativamente aos produtos turísticos que formam parte da nossa identidade aveirense, foram utilizados os seguintes sites como fontes de referencia:

<https://www.visitportugal.com/pt-pt;>

<https://www.cm-ilhavo.pt>

<http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt>

<http://mca.cm-aveiro.pt/rede-de-museus>

<http://www.centerofportugal.com/pt/>

<https://turismodocentro.pt>

RELIGIOSOS

- *Sé de Aveiro*

A Sé de Aveiro situa-se no antigo convento dominicano, conhecido por ter sido a primeira comunidade religiosa a instalar-se na cidade. A igreja chama de imediato a atenção pela sua imponente fachada, com as suas imagens das Virtudes Humanas e a imponente torre sineira. No espaço interior domina o branco da pedra calcária, as várias capelas são decoradas por conjuntos de talha, pedra e azulejo de distintas épocas.

Rua Batalhão Caçadores Dez, nº 67, 3810-064 Aveiro.

<http://www.paroquiagloria.org>

FOTO Nº 25 – SÉ DE AVEIRO



Fonte : Própria

- Igreja do Convento de S. António

Os franciscanos fundaram a sua comunidade em Aveiro em 1524. A igreja de Santo António é uma obra já do século seguinte, com influência do barroco, em que a sumptuosa decoração de talha e azulejo do espaço interior nos cativa pelo contraste com a austeridade da pedra na fachada.

Largo de Santo António, 3810- 164 Aveiro.

FOTO Nº 26- IGREJA DO COVENTO DE S. ANTÓNIO



Fonte: Própria

- Igreja da Misericórdia

É talvez a igreja mais conhecida de Aveiro, devido à sua fachada coberta de azulejos. Por entre os pequenos quadrados cerâmicos azuis e brancos, ergue-se o portal de pedra, imponente, onde impera a imagem da Senhora da Misericórdia. Vale a pena visitar o interior do templo e deixar-se deslumbrar com as paredes forradas de azulejos, o cadeiral de talha e os retábulos de ouro e cor

Rua de Coimbra nº 27, 3810-086 Aveiro.

FOTO Nº 27- IGREJA DA MISERICÓRDIA



Fonte: Própria

- Igreja do Carmo

O Convento do Carmo, fundado em 1613 pelos Frades Carmelitas Descalços, destacou-se sobretudo pela sua função educativa, quando aí estava instalado o Colégio de Filosofia. O edifício obedece às regras de edificação da ordem carmelita, e no interior ganham destaque os retábulos de talha dourada e as molduras de azulejos, que se destacam na estrutura de pedra maneirista.

Rua do Carmo 16, 3800-127 Aveiro.

FOTO Nº 28- IGREJA DO CARMO



Fonte: Própria

- Capela de S. Gonçalinho (Festa de S. Gonçalinho)

A Festa de São Gonçalo é uma celebração religiosa realizada em Aveiro, onde o Beato é carinhosamente tratado pelo diminutivo “Gonçalinho”. A celebração decorre, atualmente, ao longo de cinco dias, centrando-se no dia 10 de Janeiro, dia do falecimento do santo. A festa, celebrada no Bairro da Beira-mar, inclui rituais de socialização na capela de S. Gonçalo e nos espaços adjacentes, dos quais se destacam as ofertas votivas, nomeadamente arremesso de cavacas, fogo de artifício sobre um dos canais da ria, bailes populares, concertos e romaria pelas ruas deste bairro. A passagem de testemunho de cada Comissão de Festas para a do ano seguinte traduz a natureza reprodutiva da celebração e introduz um outro ponto alto na festividade com a entrega dos “ramos” aos novos mordomos.

FOTO Nº 29- CAPELA DE S. GONÇALINHO



Fonte: Própria

CULTURAL

- *Teatro Aveirense*

O Teatro Aveirense é um equipamento municipal com oferta de uma programação regular nas várias áreas artísticas, destacando-se como entidade de acolhimento pela sua excelência e como um palco para o conhecimento, para o saber e para a atualidade da criação.

É um espaço de recreio e entretenimento, de fruição estética, de formação e pedagógica, a par com a sua função de difusor e promotor de identidade e de cultura.

Rua Belém do Pará, 3810-060 Aveiro.

<http://www.teatroaveirense.pt>

FOTO Nº 30 - TEATRO AVEIRENSE



Fonte: Própria

- Museu de Aveiro (Santa Joana)

O Museu de Aveiro está instalado no antigo Convento de Jesus da Ordem Dominicana feminina. Este convento, um dos mais antigos de Aveiro, remonta à II metade do séc. XV, fundado por D. Brites Leitão e por D. Mécia Pereira. A princesa, D. Joana, filha de Afonso V, entra nesta casa em 1472. Aqui leva uma vida de santidade, o que conduz à sua beatificação em 1693. O prestígio do convento ficou assim definitivamente associado à presença da Princesa Santa Joana e ao seu culto religioso.

O Museu de Aveiro apresenta um circuito de visita com duas partes distintas, mas complementares: o percurso monumental e a exposição permanente.

A visita ao Museu de Aveiro, alberga um espólio significativo de obras de pintura, escultura, talha, azulejo ou ourivesaria, ao mesmo tempo que percorre o silêncio do espaço dominicano, por entre as arcadas do claustro, o contraste de cores dos altares da igreja, ou as pedras solenes do dormitório.

Horário

Terça a Domingo: 10:00 – 18:00

Fecha à Segunda-feira, no Dia de Natal, Ano Novo, Páscoa e 1 de Maio.

Parque de Santa Joana, 3810-329 Aveiro

<http://www.rpmuseus-pt.org>

FOTO Nº 31 – MUSEO DE AVEIRO- SANTA JOANA



Fonte: Própria

- Ecomuseu Marinha da Entrocalhada

A marinha da Troncalhada (transformada em Ecomuseu) mostra aos seus visitantes os métodos de produção artesanal do sal, explora a paisagem, fauna e flora características, bem como mantém vivas as vivências e tradições ligadas a esta atividade secular. Caracterizando-se por ser um núcleo museológico ao ar livre, aberto permanentemente, o visitante poderá realizar a sua visita de forma independente consultando os diversos painéis interpretativos que a marinha dispõe. Pretendendo um conhecimento mais aprofundado poderá solicitar uma visita guiada acompanhada por um dos técnicos dos serviços educativos do Museu da Cidade [mínimo 6 pessoas]. Apesar do carácter sazonal da produção de sal tradicional característico, as visitas guiadas a este núcleo museológico poderão ser solicitadas todo o ano, sendo asseguradas em espaço interior, caso as condições climatéricas não sejam favoráveis.

Canal das Pirâmides 3800 - Aveiro

FOTO Nº 32- ECOMUSEU MARINHA DA ENTROCALHADA



Fonte: Própria

- Museu de Arte Nova

O Museu Arte Nova de Aveiro, sediado num dos imóveis mais emblemáticos entre o património desta corrente artística, é o centro interpretativo da extensa rede de Arte Nova disseminados por toda a cidade de Aveiro. A visita a este núcleo não fica completa sem a visita à casa de Chá situada no rés-do-chão. Durante o dia, com um ambiente mais calmo e relaxante permitindo tirar partido da beleza do próprio edifício, transforma-se à noite num dos bares mais animados da cidade, com música ao vivo durante os fins-de-semana.

Rua Barbosa Magalhães n.º 9,10 e 11

3800- Aveiro

FOTO Nº 33 MUSEU DE ARTE NOVA



Fonte: Própria

- *Museu da Cidade*

Concebido num conceito de museu participativo, envolvendo diretamente a comunidade na construção dos conteúdos museológicos, pretende ilustrar os momentos, os factos e os protagonistas que, ao longo do tempo, têm dado alma à história de Aveiro. O sector temporário acolhe exposições de variadas temáticas, reflexo de criatividade, de arte e de cultura de artistas locais, a par com trabalhos de criadores de renome nacional e até mesmo internacional.

Através de visitas orientadas parte-se à descoberta dos lugares, das histórias e das gentes de Aveiro.

Rua João Mendonça n.º 9/11 3800 – 200 Aveiro

FOTO Nº 34 MUSEU DA CIDADE



Fonte: Própria

- *Fabrica da Ciência Viva – Universidade de Aveiro.*

A Fábrica Centro Ciência Viva de Aveiro, está instalada no edifício da antiga Companhia Aveirense de Moagens. Resulta de uma parceria entre a Universidade de Aveiro e a Ciência Viva - Agência Nacional para a Cultura Científica e Tecnológica, tendo como grande objetivo a divulgação de ciência e a promoção da cultura científica e tecnológica. A sua programação inclui atividades diversificadas, em diferentes formatos, permitindo vários níveis de interação com públicos de todas as idades.

Rua dos Santos Mártires, nº 1^a

3810 - 171 Aveiro

www.fabrica.cienciaviva.ua.pt

FOTO Nº 35 FABRICA DA CIÊNCIA VIVA- UNIVERSIDADE DE AVEIRO



Fonte: Própria

- Museu Marítimo de Ílhavo (Aquário de Bacalhau)

Nomeado para o Prémio Europeu Mies van der Rohe e considerado pela Arch Daily um dos 20 museus mais espetaculares do mundo, o Museu Marítimo de Ílhavo foi desenhado pela dupla de arquitetos Nuno Mateus e José Mateus – Gabinete ARX.

Além da sua relevância arquitetónica, o Museu Marítimo de Ílhavo tem 3 salas principais: a Sala da Ria, onde se pode observar os barcos tradicionais da região, a sala de Pesca do Bacalhau, com uma réplica ao vivo de um barco usado na pesca de bacalhau no Norte gelado – mares europeus – e uma sala dedicada à população local, profundamente relacionada com a vida no mar.

O Aquário do Bacalhau permite observar várias espécies de bacalhaus a nadar. É o primeiro do país e o lugar ideal para observar esta espécie. O Aquário do Bacalhau é um local de

interesse turístico da cidade de Ílhavo e de Aveiro, que tão intensamente promove a preservação das tradições marítimas.

Av. Dr. Rocha Madahil, 3830-193 Ílhavo

<http://www.museumaritime.cm-ilhavo.pt>

FOTO Nº 36 MUSEU MARITIMO DE ÍLHAVO



Fonte: Própria

- Navio Museu Santo André

O Navio-Museu Santo André é um polo do Museu Marítimo de Ílhavo. Fez parte da frota portuguesa do bacalhau e pretende ilustrar as artes do arrasto.

O Navio-Museu Santo André está ancorado no Jardim Oudinot, na cidade da Gafanha da Nazaré, Município de Ílhavo.

FOTO Nº 37 NAVIO MUSEU SANTO ANDRE



Fonte: Própria

- Museu e Fábrica da Vista Alegre

Conhecida em todo o mundo com uma das mais prestigiadas marcas de porcelana, a Fábrica da Vista Alegre foi criada por José Ferreira Pinto Basto no início do século XIX para fabricar porcelanas, vidro e processos químicos.

Ao visitar a Fábrica da Vista Alegre irá acompanhar todo o processo de criação de algumas das mais emblemáticas peças de porcelana portuguesa, desde a composição da pasta até à cozedura final. Poderá também conhecer a escola de pintura que ao longo da história da fábrica, tem sido basilar tanto na formação de muitos jovens artistas como na preservação da tradição de excelência. Na área da Manufatura, a técnica de pintura à mão distingue-se de forma excecional a Vista Alegre, sendo esta, uma das poucas indústrias que mantém mão-de-obra especializada e qualificada em trabalho exclusivo para a produção das suas peças prestígio. A par da excelência da pintura a pincel, poderá comprovar a modernidade tecnológica da produção da fábrica, uma tendência que desde o final de século XIX foi

decisiva para manter a Vista Alegre na vanguarda dos métodos de produção e design de porcelanas.

Loja da Fábrica Vista Alegre, 3830-292 Ílhavo

<http://www.vistaalegreatlantis.com>

FOTO Nº 38 MUSEU E FABRICA DA VISTA ALEGRE



Fonte: Própria

-Fábrica da Fonte Nova

A Fábrica Pereira Campos, edifício paradigmático da arquitetura industrial da transição do século XIX para o XX, destaca-se pela imponência da sua fachada em tijolo, bem pontuada pela modulação das portas e janelas. A chaminé que coroa o edifício amplia a imponência do mesmo. Transformada em Centro Cultural e de Congressos, alberga diversos serviços públicos. Uma intervenção urbanística da envolvente veio dotar a cidade de novos espaços de lazer. No lugar onde se encontravam diversas dependências da fábrica foi criado um lago e instalada uma unidade hoteleira que se interliga com o espelho de água. Toda a

envolvente convida a passeios a pé ao longo do canal ou a usar a BUGA (Bicicleta de Utilização Gratuita de Aveiro).

A Fonte Nova é recentemente uma das zonas mais “frescas” da cidade de Aveiro. Com vastas áreas verdes para descontraír, para práticas desportivas ou para passeios com crianças. Na paisagem podemos apreciar um longo canal da ria de Aveiro que termina num lago recheado de vida animal e rodeado por edifícios modernos com vastos relvados e campos desportivos. Esplanadas que convidam, durante o dia, a sentar em conversa, leitura e até trabalho e que, à noite, se anima com os melhores DJs.

Restaurantes com várias influências gastronómicas, cafés, padarias, frutarias, supermercados e mercearias gourmet. Todos os tipos de serviços essenciais marcam presença na Fonte Nova, o que torna muito agradável a deslocação a pé ou de bicicleta.

Prédios modernos, assinados por excelentes arquitetos, e eventos para famílias como concertos e atividades lúdicas e gastronómicas organizados pelo município.

FOTO Nº 39 FABRICA DA FONTE NOVA



Fonte: Própria

- Estação de Comboio de Aveiro

A Estação Comboios de Aveiro está ornamentada com um conjunto de painéis de azulejos da Fábrica da Fonte Nova (1916), com motivos regionais. Este edifício é cheio de luz natural, tem a coleção mais importante de azulejos ao ar livre em Aveiro.

Largo da Estação dos caminhos de Ferro, 3800-179 Aveiro

<http://www.cp.pt>

FOTO Nº 40 ESTAÇÃO DE COMBOIO DE AVEIRO



Fonte: Própria

- Universidade de Aveiro (Campus universitário)

Desde 1973, Aveiro é a anfitriã de uma das mais dinâmicas e inovadoras universidades portuguesas. Situada entre as salinas e o centro, a Universidade de Aveiro veio trazer uma nova dinâmica à cidade, animando a vida cultural e contribuindo para o desenvolvimento urbanístico com a criação de novos espaços. Construído como se fosse uma pequena

cidade, o Campus Universitário de Aveiro foi desenhado por alguns dos mais proeminentes arquitetos contemporâneos portugueses. A qualidade do Campus é um convite para que o possa percorrer e visitar as obras de Siza Vieira, Souto Moura, Alcino Soutinho, Carrilho da Graça ou Gonçalo Byrne.

Espaço, situado a um passo do centro histórico da cidade, é rodeado pela beleza natural das salinas de Aveiro. O Campus disfruta de áreas verdes circundantes, que se articulam de forma tranquila e moderna com a natureza da Ria, convidando a um passeio de BUGA (Bicicleta de Utilização Gratuita de Aveiro). A Biblioteca universitária, conta com um repositório de 230 000 obras.

Campus Universitário de Santiago, 3810-193 Aveiro

<http://www.ua.pt>

FOTO Nº 41 UNIVERSIDADE DE AVEIRO



Fonte: Própria

- Locais de Arte Nova

Distinguida como a cidade-museu da Arte Nova em Portugal, Aveiro é membro da “Réseau Art Nouveau Network” a par de Barcelona, Bruxelas, Budapeste, Glasgow, Helsínquia ou Havana. Pode-se fazer uma visita guiada a pé pela Rota da Arte Nova, um percurso concebido para ajudar o visitante a identificar todos os edifícios e monumentos que ostentam as marcas deixadas por nomes como Ernesto Korrodi, Francisco Augusto da Silva Rocha, Jaime Inácio dos Santos, José de Pinho ou Carlos Mendes.

10 Edifícios Arte Nova a visitar em Aveiro:

1.- Casa do Major Pessoa, sita na R. Barbosa Magalhães, nºs 9, 10, 11 e Travessa do Rossio. Ex-líbris arquitetónico da Arte Nova aveirense, uma exuberante composição de flores e arabescos em pedra e ferro forjado riscada por Ernesto Korrodi e Silva Rocha.

FOTO Nº 42 CASA DO MAJOR PESSOA



Fonte: Própria

2.- Casa – Edifício do Rossio, sita no Largo do Rossio, nºs 3 e 4. Edifício recentemente recuperado, com varandas e janelas em pedra de moldura recortada e ondulante, onde se destaca ao centro a varanda de ferro forjado.

FOTO Nº 43 CASA EDIFICIO DO ROSSIO Nº 3 E 4.



Fonte: Própria

3.- Edifício da Casa dos Ovos Moles, sito na R. João Mendonça, nºs 24 e 25. Nesta casa, o piso superior sobressai pela elegância curvilínea das janelas, com os seus varandins de ferro forjado, e os apontamentos florais que pontuam toda a fachada.

FOTO Nº 44 CASA DOS OVOS MOLES



Fonte: Própria

4.- Museu da República, sito na R. João Mendonça, nºs 11 e 13. Este edifício destaca-se pela sua estrutura imponente em pedra, com uma fachada exuberante dominada pela zona central, onde um conjunto ascendente dominado pela grande varanda com um mascarão de mulher termina numa delicada mansarda. A decoração articula motivos florais de pedra com o ferro trabalhado das guardas de janelas e varandas.

FOTO Nº 45 MUSEU DA REPÚBLICA.



Fonte: Própria

5.- Edifício da Cooperativa Agrícola, sito na R. João Mendonça, nºs 5, 6 e 7. Casa com a fachada coberta por painéis de azulejo policromático, que modelam a elegância da estrutura, aos quais se junta o ferro e um requintado trabalho esculpido em pedra de Ançã.

FOTO Nº 46 EDIFÍCIO DA COOPERATIVA AGRÍCOLA



Fonte: Própria

6.- Edifício Restaurante – Pensão Ferro, sito na R. Tenente Resende, nº 30. Construção projetada por Silva Rocha, a sua estrutura é representativa da simbiose entre o ferro, o vidro, a pedra e o azulejo.

FOTO Nº 47 EDIFÍCIO RESTAURANTE- PENSÃO FERRO.



Fonte: Própria

7.- Edifício da Residência do Arquiteto Silva Rocha, sito na R. do Carmo, nºs 12 e 14. Uma exuberante moradia, onde as decorações vegetalistas das molduras curvas das varandas e janelas de pedra se unem às estruturas de ferro, com painéis de azulejos em que as composições de enlaçados e flores predominam.

FOTO Nº 48 EDIFÍCIO DA RESIDÊNCIA DO ARQUITETO SILVA ROCHA



Fonte: Própria

8.-Edifício – Bar do Hotel “As Américas”, sito na R. Eng.º Von Haff. Um edifício que junta o gosto da “casa portuguesa” com a decoração que se divide entre grinaldas e delicados pendões florido esculpidos em pedra nas janelas e alpendres e recortes de ferro em formas geométricas. Toda a fachada é percorrida por uma cimalha de azulejos.

FOTO Nº 49 EDIFÍCIO- BAR HOTEL “AS AMÉRICAS”



Fonte: Própria

9.- Edifício da Sapataria Miguéis, sito na R. De Coimbra, nºs 1 e 3. Casa onde as portas e as vitrinas têm sumptuosas molduras de pedra esculpida com grinaldas e mascarões.

FOTO Nº 50 EDIFÍCIO DA SAPATARIA MIGUÉIS



Fonte: Própria

10.- Coreto do Parque Municipal Infante D. Pedro, sito na Avenida Araújo e Silva. Construção típica de jardins e espaços de lazer, em estrutura octogonal de ferro, com decoração tipicamente Arte Nova

FOTO Nº 51 CORETO DO PARQUE MUNICIPAL INFANTE D. PEDRO



Fonte: Própria

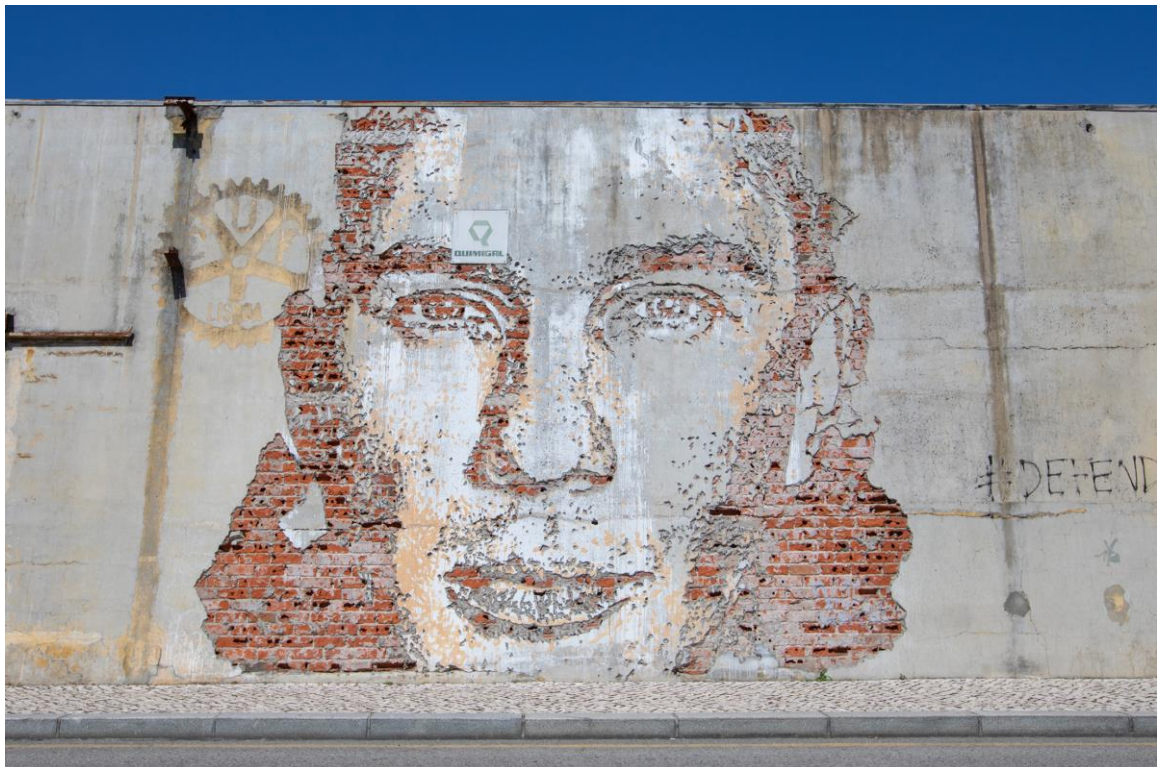
- Alexandre Farto aka Vhils em Aveiro

Vhils (Alexandre Farto, 1987) tem vindo a desenvolver uma linguagem visual única, tendo começado pelo lado mais ilegal do graffiti, trabalhando a remoção de camadas superficiais de paredes, objetos e outros meios de comunicação, não convencionais, que visam estabelecer uma relação de continuidade entre as disparidades culturais e sociais. Vhils já expôs em galerias e participou em eventos em diversos países, e tem participado em alguns dos mais renomeados projetos contemporâneos de arte urbana.

“Scratching the Surface”, é um de seus projetos, usando ferramentas de construção, ele expõe e confronta as superfícies arquitetônicas que narram a história gráfica da própria cidade. Utilizando ácidos e lixívia, Vhils pinta a tela que será “desconstruída”. Em seguida, com o uso de martelos, cinzéis e martelos pneumáticos, Vhils esculpe as peças *stencil* para criar texturas, dimensão e camadas.

Foi uma destas obras que nasceu em Aveiro: um rosto deslumbrante, esculpido numa parede em frente à Estação Ferroviária de Aveiro.

FOTO Nº 52 ALEXANDRE FARTO AKA VHILS EM AVEIRO



Fonte: Própria

Natureza

- *Ria de Aveiro*

Os moliceiros, nem sempre foram barcos turísticos. Em pleno século XIX faziam a apanha do moliço, o lodo existente na Ria que, depois de estendido em eiras para secar ao sol, servia de fertilizante às terras arenosas dos agricultores da região. Mas a progressiva substituição do moliço por adubos químicos fez decair a atividade ao longo do século XX.

Há já algumas décadas, que os antigos estaleiros da Ria de Aveiro foram reativados para recuperar os moliceiros e as velhas técnicas artesanais de fabricação destes barcos, que passaram a ser utilizados como barcos de turismo. Esguios e coloridos, pintados na proa e na popa com desenhos tradicionais de cores garridas que invocam factos históricos ou a devoção popular, os moliceiros sulcam a Ria mostrando o outro lado da cidade de Aveiro.

FOTO Nº 53 RIA DE AVEIRO



Fonte: Própria

- Birdwatching na Ria de Aveiro

A ria de Aveiro é a maior zona húmida na metade norte de Portugal e um paraíso para os amantes da observação de aves. Classificada como Zona de Proteção Especial, os seus sapais e prados marinhos são habitats muito importantes dos estuários. Os habitats têm especial importância para a nidificação de aves aquáticas, com destaque para as salinas, sistemas lagunares e dunas. São vários e de distintas tipologias os locais para a observação de aves. Uma das mais relevantes é a Reserva Natural das Dunas de S. Jacinto, junto à barra de Aveiro, com importantes concentrações de aves, sobretudo no outono e inverno. A Ria de Aveiro é o destino de eleição para a observação de aves, assim como um local privilegiado pela excelência dos seus habitats que são autênticas maternidades para espécies protegidas, como por exemplo a Garça-vermelha. Este local alberga, regularmente, 20.000 aves aquáticas com importantes congregações de pato -preto (*Melanitta nigra*) e de aves limícolas nas zonas interditas (sobretudo, o pilrito-comum, *Calidris alpina*). Os pântanos de água doce e os estuários acolhem números importantes de crias de diversas espécies aquáticas.

FOTO Nº 54 BIRDWATCHING NA RIA DE AVEIRO



Fonte: Própria

- Parque Infante D. Pedro

O parque Infante D. Pedro, construído na antiga propriedade dos frades franciscanos, foi preparado a partir de 1862 na zona que pertencia ao Convento de Santo António.

Neste parque pode-se encontrar uma ribeira da qual surgem numerosos lagos e fontes que formam o cenário perfeito para relaxar. Os principais elementos deste parque são a avenida de tílias, o seu coreto em ferro e os românticos recantos junto de pontes e árvores centenárias.

É um excelente local para fazer um piquenique. Tem mesas em pedra exatamente para esse intuito.

Parque Infante D. Pedro - Parque da Cidade

Av. Dr. Artur Ravara

FOTO Nº 55 PARQUE INFANTE D. PEDRO



Fonte: Própria

- Parque S. António

O Parque de Santo António, localizado no lado oposto ao Parque Infante D. Pedro, foi construído em meados da década de 80. Aproveitou-se a funda ribeira da Baixa de Santo António que, arroteada, veio permitir o prolongamento do parque, ainda que cortado ao meio por uma artéria de intenso movimento. A Baixa de Santo António, também é constituída por zonas verdes e com um campo de ténis para os amantes do desporto.

Avenida Artur Ravara

FOTO Nº 56 PARQUE S. ANTÓNIO



Fonte: Própria

- Jardim Oudinot (Praia Fluvial e visita ao Navio)

O Jardim Oudinot, na Gafanha da Nazaré, é atualmente um dos melhores e mais aprazíveis espaços públicos da Região da Ria de Aveiro, dotado de um vasto conjunto de valências desportivas e recreativas (espaços de circulação pedonal, pista para bicicletas, parque de merendas, campos desportivos para a prática de futebol, basquetebol e ténis, e parques

infantis), espalhadas por onze hectares onde também é possível encontrar uma Praia Fluvial um bar de apoio e um parque de estacionamento.

Também aí se encontra fundeado um dos ex-libris do Município, o Navio Museu Santo André. Este navio é visitado regularmente por centenas de pessoas que usufruem deste espaço verde, partilhando momentos de descanso e lazer em família e também palco, em finais de agosto, do Festival do Bacalhau, um dos mais importantes certames gastronómicos da Região e que inclui também grandes concertos musicais e uma mostra de artesanato municipal.

FOTO Nº 57 JARDIM OUDINOT (PRAIA FLUVIAL)



Fonte: Própria

- Passeios em Buga

Fazer turismo em Aveiro pode ser saudável, ecológico e económico, para além de divertido. Tudo o que precisa é de uma BUGA, a Bicicleta de Utilização Gratuita de Aveiro, disponibilizada pelo município. Pode-se percorrer a cidade, o seu património e a sua história e deixar-se encantar pela Ria, num divertido passeio de forma gratuita.

Para requisitar este meio de transporte ecológico, tem-se que se dirigir a um dos 20 parques localizados em pontos estratégicos da cidade de Aveiro, incluindo os terminais rodoviários e ferroviários, em qualquer dia da semana entre as 10 e as 19 horas e trazer um dos 300 exemplares destas simpáticas bicicletas.

Ao levantar a BUGA é atribuído um cadeado com código, para que possa parar, desmontar e explorar cada destino turístico da cidade sem qualquer preocupação e com total liberdade. Para devolver a bicicleta gratuita basta deixá-la num dos parques até às 19 horas.

Visitar Aveiro a pedalar

Com um design muito próprio, a BUGA é a personificação de um estilo de vida saudável na cidade, tornando Aveiro um local privilegiado para se viver e para passear, aproveitando a topografia plana desta região e recriando os hábitos antigos dos aveirenses, que noutros tempos chegavam às fábricas e aos campos ou faziam a distribuição do peixe utilizando a bicicleta.

FOTO Nº 58 BUGAS



Fonte: Própria

Praias

- *Praia da Barra*

A Praia da Barra está situada entre as Dunas de São Jacinto e a praia da Costa Nova. O Farol da Barra, é o farol mais alto de Portugal e um dos maiores da Europa, marcando com imponente o encontro da Ria de Aveiro com o mar; o farol do século XIX ergue-se a mais de 60 metros acima do nível do mar com 271 degraus de escada em caracol. À data da sua construção, foi considerado o sexto maior do mundo em alvenaria de pedra, continuando a ser atualmente o segundo maior da Península Ibérica, estando incluído nos 26 maiores do mundo. Em 2018 foi o farol português mais procurado pelos visitantes.

Na Praia da Barra pode-se fazer surf, windsurf, vela ou pesca, ou simplesmente passar um dia na praia. À noite os visitantes podem-se divertir nos bares de uma das praias mais frequentadas da região de Aveiro.

Visitas:

283 degraus para subir 3 vezes por dia, às quartas-feiras

Das 13:30 às 16:30 (Inverno)

Das 14:00 às 17:00 (Verão)

Gratuito

Praia da Barra- Ílhavo.

FOTO Nº 59 PRAIA DA BARRA



Fonte: Própria

- Praia da Costa Nova

A Praia da Costa Nova localiza-se entre a Praia da Vagueira e a praia da Barra, local onde também se situam os famosos palheiros da Costa Nova. Estas construções típicas, utilizadas originalmente pelos pescadores da zona para guardar os materiais de pesca, foram sendo aproveitadas ao longo dos anos como casas de veraneio. Estas habitações possuem fachadas pintadas às riscas com cores garridas, que são um dos mais importantes ex-libris da região.

Da praia de pescadores à estância balnear

À medida que a povoação da Costa Nova foi crescendo e os seus palheiros ofereciam maior conforto aos veraneantes, começou a registar-se uma crescente procura da Praia da Costa Nova para banhos de mar, muitas vezes motivada pela grande concentração de iodo,

benéfica para a saúde. Ao longo do século XIX a Costa Nova transformou-se gradualmente de povoação piscatória em estância de veraneio.

Na Costa Nova pode visitar-se o Mercado do Peixe. Este é um dos poucos mercados onde o marisco acabado de pescar na Ria – tal como sapateira, percebes, camarão da costa, ou búzios – é confeccionado no momento, garantindo a sua frescura e sabor.

FOTO Nº 60 PRAIA DA COSTA NOVA



Fonte: Própria

- Praia da Vagueira (Arte- Xávega)

Na Praia da Vagueira pode-se assistir à arte de pesca costeira artesanal conhecida como a “Arte Xávega”, que remonta ao século XIX. De barcos, os pescadores lançam as redes ao mar e cercam os cardumes. Posteriormente alam a rede para a costa, com a ajuda de juntas de bois. Nesta altura, homens e mulheres, colaboram na azáfama de se estender a rede pelo areal e dela arrancar todo peixe para as cestas.

Atualmente, os pescadores recorrem a novos mecanismos, adaptando motores nos barcos antigos, assim como utilizando tratores para puxar os barcos para o mar e as redes para a terra. Este tipo de pesca depende do tempo, das marés e da afluência do peixe. Em ocasiões de abundância, a sua atuação não costuma exceder 4 a 5 lanços diários no verão e 1 a 2 lanços no inverno.

FOTO Nº 61 PRAIA DA VAGUEIRA



Fonte: Própria

- *Praia de S. Jacinto (ferry)*

São Jacinto encontra-se situado numa península, a Este a Ria de Aveiro e a Oeste o Oceano Atlântico. A Reserva Natural das Dunas de São Jacinto são 700 hectares divididos em dunas móveis e fixas que formam uma mata constituída principalmente por pinheiro-bravo e charcos de água doce. O maior destes pais, conhecido por Pateira, é local privilegiado de passagem ou invernada de aves aquáticas migradoras. Ao visitar o centro de Acolhimento

poderá observar, entre outros, o chapim-real, o pato-marinho, o chapim-carvoeiro, o guincho, a negrinha, o chapim-de-poupa ou a gaivota-ar-gêntea.

O acesso a Aveiro é assegurado diariamente por via aquática, através de *ferries* diários de transportes de passageiros e veículos, e pela estrada nacional N327.

FOTO Nº 62 PRAIA DE S. JACINTO



Fonte: Própria

Doçaria

- *Ovos Moles*

Doce típico da região de Aveiro, herdado das tradições dos conventos femininos aveirenses, ganha forma com a mistura de ovos e açúcar, feita com os saberes da tradição. Depois de extintas as comunidades de freiras, a receita deste doce divinal passou de geração em geração, mantendo-se viva até aos dias de hoje.

Para além do sabor intenso, é a aparência que torna os ovos moles de Aveiro um doce verdadeiramente peculiar. A proximidade da ria e os elementos do mar inspiraram as doceiras, que criam finas camadas de hóstia em forma de conchas, búzios, peixes ou amêijoas para envolver a massa voluptuosa de cor dourada. Outra forma de degustar esta iguaria é comê-la das barricas de madeira ou porcelana, adornadas com pinturas de paisagens da Ria, moliceiros ou o Farol da Barra.

Aprovados pela Comissão Europeia

Os ovos moles de Aveiro foram o primeiro produto da confeitaria portuguesa distinguido com a denominação de Indicação Geográfica Protegida, atribuída pela União Europeia. Esta qualificação assegura ao tradicional doce aveirense uma garantia máxima de qualidade, que lhe advém do uso integral da receita original, tanto no que concerne à qualidade das matérias-primas utilizadas como na forma de ser confeccionado, mantendo-se a herança dos saberes antigos perpetuados por gerações de doceiras.

FOTO Nº 63 OVOS MOLES



Fonte: Própria

- Tripas de Aveiro

As tripas são um doce característico de Aveiro; são doces e quentes, feitas no momento. Uma especialidade que se pode provar numa das barraquinhas ou estabelecimentos que se encontram em todo Aveiro, Praia da Barra e Costa Nova.

FOTO Nº 64 TRIPAS DE AVEIRO



Fonte: Própria

Mercados

- Mercado Manuel Firmino

O Mercado Manuel Firmino é um mercado retalhista, instalado em recinto próprio e coberto, destinando-se os lugares de venda à comercialização de:

- Fruta, produtos hortícolas, sementes, flores, plantas e produtos afins.
- Carnes, peixes e outros géneros alimentícios.

Está também vocacionado para as demais atividades autorizadas pela Câmara Municipal de Aveiro.

Praça do Mercado, 3810-223 Aveiro

segunda-feira a sábado | 07h00 às 19h00

FOTO Nº 65 MERCADO MANUEL FIRMINO



Fonte: Própria

8.2 Competitividade

Para que o destino **Aveiro** seja um destino competitivo e ao mesmo tempo os Aveiro's Dock Apartments se afirmem como um alojamento de referencia será necessário:

- Afirmar Aveiro como smart destination;
- Melhorar os programas de «digitalização» da oferta turística. (que já existe em varias cidades do país);
- Implementar soluções tecnológicas para a oferta turística e para as empresas do turismo, reforçando a sua competitividade e adaptação às tendências da procura e ao(s) perfil(s) do(s) «novo(s) turista(s)», e possibilitem melhorar a experiência turística dos visitantes. (como por ex. a criação de uma aplicação para telemóveis);

- Disponibilização de rede *Wi-Fi* gratuita na cidade de Aveiro, por forma a melhorar a experiência turística na cidade;
- Elaboração/implementação de estratégias de desenvolvimento turístico para destinos turísticos de âmbito regional/sub-regional/ local, tendo em vista a sustentabilidade e competitividade dos territórios;
- Operações de regeneração urbana de centros históricos/ urbanos, a preservação da autenticidade e a promoção de um turismo acessível nas cidades, envolvendo, nomeadamente:
 - Reabilitação e qualificação urbanística do edificado;
 - Melhoramento do espaço público e eliminação de barreiras físicas;
 - Refuncionalização de equipamentos coletivos e de infraestruturas, sem utilização e/ou em degradação, para fins turísticos;
 - Promoção da mobilidade sustentável visando melhorar as condições de visitação e usufruto das cidades;
 - Promoção do comércio tradicional e das suas lojas com história.
 - Desenvolvimento do turismo de natureza através de projetos de valorização económica do património natural, onde se inclui a rede de nacional de áreas protegidas e as reservas da biosfera;
 - Infraestruturas e serviços de apoio ao turismo de natureza, sinalética e elementos de interpretação turístico –ambiental;
 - Operações de revitalização e dinamização económica de aldeias e centros rurais com vocação turística, nomeadamente em torno aos grandes centros.

8.3 REDES:

Para Aveiro poder ser um destino competitivo e afirmar-se no mercado nacional e internacional é necessário trabalhar e agir em rede, utilizando as valências que todas as entidades ligadas ao sector com interesses no turismo possam ter, e desenvolver essas atividades, para melhorar num todo a experiência que o turista experiencia no destino.

Entre algumas medidas podemos destacar:

- Melhorar os sistemas de mobilidade rodo -ferroviária e de navegabilidade;
- Qualificação de eixos de interesse turístico de âmbito rodoviário ou ferroviário, que contribuam para a valorização da oferta turística;
- Projetos de melhoramento da navegação fluvial, incluindo o melhoramento dos cais fluviais e a criação de plataformas de acostagem de embarcações de recreio e de outras infraestruturas e serviços de apoio ao turismo nos rios e águas interiores do país;
- Apoio à internacionalização de empresas por parte da Câmara Municipal – participação em feiras internacionais;
- Criação de parceiros (redes) que ajudem a dinamizar a economia em redor a atividade turística da região (alojamento-restauração- operadores turísticos- camaras municipais);
- Iniciativas de interação do turismo com setores produtivos tradicionais, permitindo ganhar escala e alavancar as vantagens comparativas de Portugal;
- Ações quer promovam sinergias entre as indústrias criativas e o turismo, proporcionando visibilidade ao destino Portugal e a melhoria da experiência turística;
- Iniciativas de estruturação de produtos a diferentes segmentos da procura (em que se incluem, produtos específicos, designadamente, para famílias, séniores, jovens, *surf*, entre outros) com a participação de todos os operadores turísticos para uma maior promoção no exterior;
- Ações de estruturação da oferta turística em torno de roteiros/ itinerários temáticos com forte vocação turística de âmbito histórico-cultural e/ou natural, tendo subjacente os ativos turísticos estratégicos regionais com a ajuda do Turismo da Região Centro.

PARTE III- CONCLUSÕES E LIMITAÇÕES

O presente projeto pretendeu proceder a uma associação profícua entre o conhecimento teórico lecionado ao nível do mestrado, com a experiência real relativa à criação de 3 apartamentos T0 na cidade de Aveiro. É conhecido que Aveiro se encontra a crescer de uma forma rápida na área do turismo, mas é igualmente sabido que os novos mercados emergentes são bem mais flexíveis em termos de clientes, perfis de consumo e de objetivos de lazer. Nesse sentido, pretendemos neste Projeto, analisar a situação prática da criação destes apartamentos, mas em paralelo quisemos compreender de que forma os mesmos se devem alinhar com as tendências de mercado, de forma a se conseguir assegurar a sustentabilidade económico-financeira do projeto, bem como a sua integração arquitetónica e social na malha urbana de Aveiro.

Ao realizar este projeto foi possível estudar as potencialidades de criar um empreendimento de Alojamento Local composto por três Apartamentos T0. Apesar da crise económica dos últimos anos, Portugal é um destino turístico cada vez mais procurado pelos turistas e com previsões de crescimento até 2020. O Turismo Urbano tem acompanhado este crescimento, com os seus destinos a serem uma alternativa cada vez mais procurada pelos turistas que pretendem ir para um local diferente, familiar e em contato com todas as atividades que o turismo de cidade pode oferecer.

Os Aveiro's Dock Apartments se apoia na história e nos produtos que a região oferece para sustentar, em grande parte, a sua imagem de marca. No entanto, com o desenvolvimento da atividade turística na região onde se insere, bem como com o aumento consequente da concorrência, a unidade de alojamento poderá vir a enfrentar diversos obstáculos, sendo que um dos seus possíveis problemas futuros será o de acompanhar a estratégia da concorrência.

Para além dos fatores externos, a unidade de alojamento apresenta um aspeto positivo relevante no que diz respeito à Comunicação e à perceção que os clientes têm dos gestores, sendo este um aspeto em destaque, uma vez que valorizam a qualidade do serviço prestado que se traduz na respetiva satisfação dos clientes.

FOTO Nº66 OPINIÃO DOS TURISTAS NO BOOKING SOBRE OS GESTORES DO ALOJAMENTO

10 Excecional
27 de outubro de 2018, 16:01

Limpeza	10	Conforto	10
Localização	10	Comodidades	10
Funcionários	10	Relação qualidade-preço	10

Dados do hóspede

Nome do hóspede
Sueli Masuda

País/região
🇧🇷 Brasil

Número da reserva
2006479255

Comentários de clientes

+ gostamos da localização, anfitriões muito simpáticos e prestativos, atenciosos, foi nos deixado cafe dolce gusto e bolachas, deram muita ajuda a passeios e restaurantes, tudo muito novo e moderno, voltaremos com certeza.

10 Loved this place!!!!
19 de outubro de 2018, 20:48

Limpeza	10	Conforto	10
Localização	10	Comodidades	10
Funcionários	10	Relação qualidade-preço	10

Dados do hóspede

Nome do hóspede
Ilana

País/região
🇨🇦 Canadá

Número da reserva
1356160203

Comentários de clientes

+ I liked everything . It was amazing property and amazing owners. Stopless new apartment which has everything and more. Airconditioner and beatiful bed. We loved this place very much. Very much recommended ...

10 Delightful
8 de maio de 2018, 11:35

Limpeza	10	Conforto	10
Localização	10	Comodidades	10
Funcionários	10	Relação qualidade-preço	10

Dados do hóspede

Nome do hóspede
Brenda

País/região
🇫🇷 França

Número da reserva
1403067724

Comentários de clientes

+ The Host went out of his way to find us and then proceeded to make our entire stay fantastic . This is an international luxury rating .

10 Excecional
23 de maio de 2018, 13:25

Limpeza	10	Conforto	10
Localização	10	Comodidades	10
Funcionários	10	Relação qualidade-preço	10

Dados do hóspede

Nome do hóspede
MARCOS

País/região
🇪🇸 Espanha

Número da reserva
1230109559

Comentários de clientes

+ Ubicación excelente y unos anfitriones pendientes en todo momento de cualquier cosa que necesitémos.perfecto para descansar y ver la ciudad

Fonte: Booking (2018)

Neste seguimento, o estudo desenvolvido revelou-se bastante enriquecedor, não só pela mais-valia que apresenta para a unidade de alojamento, mas também por realçar e transparecer a importância, cada vez mais acrescida, que o sector do Turismo incorpora. Deste modo, o Plano de Implementação proposto neste projeto objetiva uma melhoria dos

principais pontos fracos, num período de médio -longo prazo, de aproximadamente um ano, visando a necessidade de presença ainda mais marcada do Aveiro's Dock Apartments no mercado digital e assim alterar a política de distribuição estabelecida, permitindo atrair novos clientes e fidelizar os atuais de uma forma mais abrangente e económica. As parcerias estratégicas a realizar com empresas locais irão beneficiar não só os "Aveiro's Dock Apartments", mas também as empresas parceiras através de descontos que incentivam os clientes a usufruírem de ambos os serviços, sendo um importante contributo para a dinamização da economia local.

Outro ponto a reter neste campo é que todo o financiamento foi feito com recurso a capitais próprios, evitando toda parte burocrática e garantias exigidas caso recorresse a financiamentos externos.

Está igualmente prevista uma melhoria e inovação em termos do produto oferecido, bem como uma maior aposta nas estratégias de Marketing e Comunicação estabelecidas, de modo a fazer face às ameaças que a envolvente externa proporciona. É fundamental que o produto oferecido seja, constantemente, revisto e melhorado de modo a adaptar-se às novas exigências do mercado e consumidores. Neste sentido, algumas das ações propostas baseiam-se na criação e melhoramento de diversas áreas do estabelecimento de alojamento. Em termos de pricing, destacando-se a criação de packages com inserção de serviços procurados pelos clientes.

De modo a que o proposto se demonstre vantajoso e que consiga ser aplicado com sucesso, é necessário que toda a equipa que compõe este estabelecimento tome consciência das principais problemáticas que existem e que possam existir, assim como a necessidade de adaptação para atingir os objetivos a que nos propomos. A equipa dos Aveiro's Dock Apartments deverá sempre que necessário rever as estratégias de Marketing e Comunicação, de modo a efetuar alguns ajustes, adaptando-se às constantes alterações da envolvente externa, seguindo-se do desenvolvimento de uma renovação do Plano.

A principal preocupação deverá ser garantir a satisfação dos clientes, tornando-se referência no mercado.

Ao avaliarmos este projeto podemos concluir que existiram algumas limitações importantes ao longo da elaboração do trabalho, nomeadamente na carência de informação por parte do Turismo de Portugal que possibilitasse analisar em maior detalhe o Turismo na Região de Aveiro

De igual modo, ausência de dados estatísticos relativos a informação das unidades de Alojamento Local em Aveiro, concretamente dados dos clientes, número de reservas, taxa de ocupação e trabalhadores.

A aposta nos produtos turísticos da região pode permitir posicionar o distrito de Aveiro como um potencial destino atrativo para um perfil de turistas interessado em ter um corpo e uma mente sã, que valorizam o relaxamento, o desporto náutico, gostam de circuitos religiosos e culturais, exploram a Ria de Aveiro, enriquecendo a sua cultura ao descobrir a região, enquanto desfrutam de belos pratos de peixe/marisco/carne.

Os aspetos mais positivos da região Centro, de acordo com o Relatório do Laboratório Estratégico da Região Centro, do Turismo de Portugal (2016) são: a autenticidade com modernidade e preservação do Destino; as pessoas que são caracterizadas como friendly people; a segurança; a história e cultura; a diversidade de oferta; as boas ligações aéreas e infraestruturas e a qualidade do serviço. Contudo, é necessário melhorar alguns aspetos como: a notoriedade (destino ainda pouco conhecido); a comunicação; a coordenação entre regiões turísticas; a estruturação do produto; a informação sobre a oferta existente; a experiência e as informações e condições de mobilidade para visitaçao do país.

O desenvolvimento e investimento em novos projetos ligados ao alojamento local nas regiões do centro do país é muito importante porque contribui para a dinamização de toda a economia local através da criação de novos empregos, reabilitação do património histórico degradado e conservação do meio ambiente e natureza envolvente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AHRESP- programa QUALITY, acedido a 9 de maio de 2018, disponível em:

<http://www.quality.ahresp.com/>;

Agência Lusa. (2016). Uso das redes sociais em Portugal triplicou em sete anos, mas empresas utilizam-nas pouco. Acedido a 1 de Julho 2018 ,disponível em

<http://observador.pt/2017/10/29/uso-das-redes-sociais-em-portugal-triplicou-em-sete-anos-mas-empresas-utilizam-nas-pouco>.

AICEP. (2018). *Portugal - Ficha País. Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal*.

Booking.com. (2018). Booking. Acedido a 10 de Janeiro, disponível em:

https://www.booking.com/hotel/pt/aveiros-dock-apartments.pt-pt.html?label=gen173nr-1FCAsouwFCEmF2ZWlyby13aGl0ZS1ob3VzZUGfWARouwGIAQGYAR-4ARjIAQ3YAQH4AQH4AQKIAgGoAgQ;sid=6851a6feae6df4d097615759460f259e;dest_id=2158957;dest_type=city;dist=0;group_adults=2;hapos=1;hpos=1;room1=A%2CA;sb_price_type=total;sr_order=popularity;srepoch=1551016615;srpvid=a5266213f87d017e;type=total;ucfs=1&#hotelTmp

Camara Municipal de Ílhavo (2018). Acedido em Outubro 2018. Disponível em:

<https://www.cm-ilhavo.pt>

Costa, C. (2004). Turismo e poder local. *Relatório Sectorial do XIV Congresso da ANMP*. Funchal.

Costa, C. (2014). Gestão Estratégica do turismo: evolução epistemológica dos modelos e paradigmas, e tendências para o futuro. In C.Costa, F. Brandão, R.Costa e Z.Breda (eds), *Turismo nos Países Lusófonos: Conhecimento, Estratégia e Territórios*, pp 19-40. Lisboa: Escolar Editora.

Costa, C. (2016). *O Mundo do Turismo é o Mundo da Viagem!* acedido a 25 de Janeiro de 2019, disponível em: <https://oconciergeonline.com.br/agenda-cultural/o-mundo-do-turismo-e-o-mundo-da-viagem/>,

Costa, C.M.M e Brandão, F. (2011). Tourism innovation through effective public participation: a sustainable approach. *Proceeding of the international Tourism Sustainability Conference 2011 "Embracing Social and Environmental Change: The Influence and Role of Tourism*. University of Technology of Mauritius.

Costa, C. M. M e Albuquerque, H. (2017). *Um Novo Modelo Conceptual para o Turismo Urbano* in Silva, F e Umbelino J, pp 409-422. Lisboa: Lidel- Edições Técnicas

Decreto-Lei nº 39/2008, de 07 de março- Aprova o regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos

Decreto-Lei nº 15/2014, de 23 de Janeiro - Proceda à segunda alteração ao [Decreto-Lei n.º 39/2008](#), de 7 de março, que aprova o regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos

Decreto-Lei nº 128/2014 de 29 de Agosto, aprova o regime jurídico da exploração dos estabelecimentos de alojamento local

Decreto - Lei nº 62/ 2018 de 22 de agosto, Altera o regime de autorização de exploração dos estabelecimentos de alojamento local, procedendo à segunda alteração ao [Decreto-Lei n.º 128/2014](#), de 29 de agosto

Delloite. (2003). Writing an Effective Business Plan. *Deloitte & Touche, Fourth*, 1–69.

Delmar, F., & Shane, S. (2003). Does business planning facilitate the development of new ventures? *Strategic Management Journal*, 24(12), 1165–1185.

Diário de Noticias (2018) -Observatório de Turismo da Região Centro [acedido a 8 de maio de 2018 em https://www.dn.pt/.../observatorio-de-turismo-do-centro-vai-monitorizar-atividade-na-...](#)

Diniz, A. (2015). A Certificação e o Turismo sustentável. Acedido a 20 de Agosto de 2018, disponível em:
<http://naturlink.pt/article.aspx?cid=93282&menuid=59&bl=1&viewall=true>

Dogan, N. (2015). The Intersection of Entrepreneurship and Strategic Management: Strategic Entrepreneurship. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 1288–1294.

Face with stories (2018). Acedido em Novembro de 2018. Disponível em:
<https://www.facebook.com/facewithstories/videos/vb.1266263676836893/1290367867759807/?type=2&theater>

Green Key. (2016). Programa Green Key. Acedido a 1 de Dezembro 2018, disponível em <http://greenkey.abae.pt>

Guia Técnico do Alojamento Local em Portugal. Acedido em Novembro 2018, disponível em: <https://www.alesclarecimentos.pt/legal/>

Guta, A. (2014). The Role and Importance of the Business Plan in Starting and

Running a Business-Opportunity. *Annals of the University of Petrosani, Economics*, 14(2), 119–126.

Harvard Business School. (2007). *Creating a Business Plan*. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Publishing.

Hatten, T. S. (2011). *Small Business Management: Entrepreneurship and Beyond* (Fifth). Mason: South-Western, Cengage Learning.

Hoteis de Portugal (2017) - Turismo como Motor Económico. Acedido em Maio de 2018, disponível em: <https://www.hoteis-portugal.pt/news/1814/23>

IAPMEI. (2014). Como Elaborar um Plano de Negócios: O SEU GUIA PARA UM Como Elaborar um Plano de Negócios.

INE. (2013a) Censos de 2011. Acedido em 8 de fevereiro 2019. Disponível em: http://censos.ine.pt/xportal/xmain?xpid=CENSOS&xpgid=censos_quadros

INE. (2016) Estatísticas do Turismo 2015. Disponível em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOE_Spub_boui=265858123&PUBLICACOESmodo=2

Ireland, R. D., Hitt, M., & Sirmon, D. (2003). A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions. *Journal of management*, 29(6), 801–830.

Jesus, L. (2008). *Evolução da oferta e da procura do ter*. Faro.

Lindon, D., Lendrevie, J., Rodrigues, J., Lévi, J., & Dionísio, P. (2004). *Mercator XXI - Teoria e Prática do Marketing* (10ª Edição). Lisboa: Publicações Dom Quixote.

Marktest. (2017). 5,6 milhões de utilizadores de Internet em Portugal. Acedido a 1 de Dezembro 2018, disponível em: <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~209b.aspx>

Museu da cidade de Aveiro (2018). Acedido em Novembro 2018. Disponível em: <http://mca.cm-aveiro.pt/rede-de-museus>

Património Cultural. Direção-Geral do Património Cultural. Republica Portuguesa. (2018) . Acedido em Outubro 2018. Disponível em: <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt>

PENT. (2015) Plano Estratégico Nacional do Turismo – Horizonte 2013-2015. Acedido em 14 de fevereiro 2019]. Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/publicacoes/Documents/PENT%202012.pdf>

Pereira, C. (2016). Portugal continua a perder população apesar da quebra de 19% na emigração. Acedido a 1 de dezembro 2018, disponível em: http://www.jornaldenegocios.pt/economia/detalhe/portugal_continua_a_perder_populacao_apesar_da_quebra_da_emigracao.html

Pereira, P. J. N. (2006). O ACTIVIDADE TURISTICA E A SUSTENTABILIDADE DAS REGIÕES DE DESTINO17, 1–15.

PORDATA. (2017). Taxa de desemprego: total e por nível de escolaridade completo. Acedido a 5 Julho de 2018, disponível em: [http://www.pordata.pt/Portugal/Taxa+de+desemprego+total+e+por+n%C3%ADvel+de+escolaridade+completo+\(percentagem\)-1009](http://www.pordata.pt/Portugal/Taxa+de+desemprego+total+e+por+n%C3%ADvel+de+escolaridade+completo+(percentagem)-1009)

Porter, M. (1979). How Competitive Forces Shape Strategy. *Harvard business Review*, 137–145. PWC. (2014). *Desafios do Turismo em Portugal 2014*. PricewaterhouseCoopers International Limited (PwC 2014).

RNAL- consulta ao registo de alojamento local, acedido a 9 de maio de 2018, disponível em: <https://rnt.turismodeportugal.pt/RNAL/ConsultaRegisto.aspx?Origem=CP&FiltroVisivel=True>,

RNAL. (2016) Consulta ao registo - Alojamento Local. Acedido em 12 de fevereiro 2019. Disponível em: <https://rnt.turismodeportugal.pt/RNAL/ConsultaRegisto.aspx?Origem=CP&FiltroVisivel=True>

Santos. (2016) Alojamento local em Portugal. Qual o fenómeno? Acedido em 14 de fevereiro 2019. Disponível em: <http://www.hoteis-portugal.pt/docs/content/twgQoT7vP6TAxRGMJSCG3w7BLEOyRVd5.pdf>

SapoTek. (2017). Portugueses rendem-se aos smartphones. Telemóveis tradicionais em vias de extinção? Acedido a 8 de novembro 2018, disponível em http://tek.sapo.pt/mobile/equipamentos/artigo/portugueses_rendem_se aos_smartphones_telemoveis_tradicionais_em_vias_de_extincao-46451cjq.html

Turismo do centro (2018). Plano de Ação *Turismo 2020 - Estratégias*. Acedido em maio de 2018 disponível em: <https://turismodocentro.pt/wp-content/uploads/2017/03/Plano-de-Acao-Turismo-2020-Turismo-de-Portugal.pdf>

Turismo de Portugal. (2014) Turismo 2020 – 5 Princípios para uma ambição. Acedido em 7 de Fevereiro de 2018. Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/PORTUGU%C3%8AS/TURISMODEPORTUGAL/DESAQUAQUA/ Documents/turismo-2020-cinco-principios-para-uma-ambicao.pdf>

Turismo de Portugal. (2015) Alojamento Local. Acedido em 8 de fevereiro 2018. Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/AreasAtividade/dvo/alojamento-local/Pages/alojamento-local.aspx>

Turismo de Portugal. (2018) Conta satélite do Turismo PIB. Acedido em Maio 2018. Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt/pt/Noticias/Paginas/conta-satelite-do-turismo-2017>

Turismo de Portugal- Centro (2018). Acedido em Setembro 2018. Disponível em: <http://www.centerofportugal.com/pt/>

Turismo Centro de Portugal (2018). Acedido em Outubro 2018. Disponível em: <https://turismodocentro.pt>

Visit Portugal. (2018). Acedido em Novembro 2018. Disponível em: <https://www.visitportugal.com/pt-pt>.