

# Mercado potencial do PDA

André Cester Costa

*Técnico Superior de Turismo da PDA*

*Parque Desportivo de Aveiro, EM*

## Resumo

Em Portugal o turismo é um sector fundamental, que é necessário dignificar e potenciar, devido essencialmente ao facto de gerar uma cadeia de riqueza com repercussões directas nas economias regionais e na economia nacional. Atendendo às mais recentes tendências no sector do turismo, é importante que as administrações locais e regionais do nosso país neste sector procurem levar à prática políticas de desenvolvimento racionais e equilibradas assentes nos seguintes vectores: diversificação dos produtos; reforço das parcerias estratégicas com o sector privado; investimento no equilíbrio ambiental e aposta na qualidade. Foi com base nestes princípios que foi criada a empresa municipal PDA-Parque Desportivo de Aveiro, EM (PDA-EM), cuja missão é garantir um desenvolvimento ecologicamente equilibrado e economicamente viável para um parque lúdico/desportivo. O objecto deste trabalho é a definição do mercado potencial deste parque, não apenas quanto ao número de visitantes, mas igualmente no que diz respeito às receitas previstas para o mesmo. Pretende-se definir o mercado potencial para um parque que ainda não existe, podendo os resultados dele resultantes vir a contribuir para uma melhor gestão das atracções que compõem o Parque Desportivo de Aveiro (PDA).

## Palavras-chave

Turismo, lazer, desporto, mercado potencial.

## Abstract

In Portugal, the tourism industry is very important for the country development, so it is essential to dignify this industry, mainly because it contributes to the chain of receipts not only on a national scale, but also on a regional scale. According to the recent tenders of the industry, the local and regional agencies of our country should develop rational and balanced policies based on the following vectors: product diversification; strategic partnerships with private entrepreneurs; environmental balanced investments and quality orientated products. Based on this principles the local municipality created a municipal enterprise, PDA-Parque Desportivo de Aveiro, EM (PDA-EM), whose mission is to guarantee an ecological balanced and economically viable development for a sports and leisure park with over 250 hectares. The goal of the study was to measure this sports and leisure park, not only in number of visitors (capacity of attraction), but also in financial terms (volume of receipts). We pretend to define the potential market of a park that is not physically implemented, and we believe that the results achieved will contribute to a better management of the Parque Desportivo de Aveiro (PDA) attractions in the future.

## Keywords

Tourism, sports, leisure, potential market.

André Cester Costa

Parque Desportivo de Aveiro, EM

Email: andre\_cester@aeiou.p

## 1 Parque Desportivo de Aveiro

O futuro PDA localizar-se-á nas freguesias de Eixo e Esgueira, nos lugares de Azurva e Taboeira, compreendendo uma área total de cerca de 250 hectares, sendo o Estádio Municipal de Aveiro a infra-estrutura mais importante de todo o espaço. O estádio irá ser palco de alguns jogos do Euro 2004 e servirá de equipamento âncora para as restantes estruturas do parque. O PDA será composto por vários pólos que funcionarão como unidades estratégicas de negócio, podendo ser geridos por empresas distintas, a saber:

*Pólo do estádio* – será constituído pelo novo Estádio Municipal de Aveiro, com 31 498 lugares sentados e cobertos, incluindo *corporate facilities*<sup>1</sup>, restaurante de grande dimensão com vista sobre o relvado e equipamentos de suporte ao centro de estágios;

*Pólo da Quinta da Condessa* – será constituído por um centro hípico, destinado ao lazer, competição e escola, bem como um museu/centro de interpretação (temática ligada ao ambiente) e um restaurante de luxo;

*Pólo do golfe* – com uma área estimada de 115 hectares destinada a um campo de golfe de 18 buracos com *club house*, academia de aprendizagem e hotel de quatro estrelas do tipo *resort* e com centro de conferências;

*Pólo central* – área de 25 hectares que englobará várias infraestruturas de carácter lúdico e recreativo, tais como: *health club/SPA*; piscinas tropicais e descobertas; *bowling*; pista de gelo; complexo de ténis com 20 campos (quatro cobertos); centro de desportos radicais; campos de jogos (cobertos e descobertos); área administrativa e comercial;

*Pólo do ludo-parque* – zona destinada à construção de um parque temático com cerca de 25 hectares, de um parque de estacionamento com 4,5 hectares e de um hotel de três estrelas.

**Figura 1 – Área de implantação do Parque Desportivo de Aveiro**



Devido à falta de actividades de animação da cidade e da região em que se insere, Aveiro é visto, em termos turísticos, como um destino secundário (local de *stopover*), ou seja, as pessoas visitam-na no caminho para um destino primário. A oferta do PDA irá suprimir esta grave lacuna, a oferta de animação, o que beneficiará não só os visitantes da cidade, mas também os seus residentes. Atendendo à sua oferta, poder-se-á, inclusive, criar pacotes que contemplem a utilização de vários equipamentos, como o campo de golfe, os campos de ténis, hotéis, piscinas, *SPA/health club* e parque temático. De facto, os equipamentos constantes do plano do PDA possibilitarão a oferta de vários produtos turísticos tais como: produto "golfe"; produto *city-breaks*; produto "passeios pedestres"; produto "turismo de negócios"; produto "turismo desportivo"; produto "parque temático"; produto "viagens de incentivos" e produto "turismo de saúde".

Deste modo, a oferta da cidade de Aveiro e da marca turística Beiras, em que se insere, será melhorada e diversificada, podendo o PDA vir a constituir um dos *honeypots* da região.

## 2 O lazer e o PDA

Segundo Torkildsen, na administração local, o planeamento do lazer e recreio tem os seguintes objectivos: (Torkildsen, 1992, 130):

- distribuição equitativa das infra estruturas de lazer;
- procura expressa de lazer – oferecer o que tem mais procura;
- controlo social – é universalmente aceite que a realização de actividades de lazer, apesar de não mensuráveis, aliviam as tensões sociais, contribuindo desse modo para o controlo social.

Atendendo aos elementos constituintes do PDA, facilmente se verifica que o planeamento deste parque teve uma orientação política municipal, por um lado, e empresarial, por outro. De facto, a inclusão de determinadas actividades, menos importantes para comunidade local, prendem-se com a necessidade de obter ganhos financeiros que possibilitem a inclusão de outras de menor rentabilidade, mas de maior importância para a comunidade local.

O lazer pode ser encarado sob várias perspectivas. De uma forma geral, poder afirmar-se que "o lazer resulta da livre escolha e é a expressão das aspirações do Homem na

<sup>1</sup> Corporate facilities – infra-estruturas de apoio à administração e demais colectividades ligadas ao estádio.

procura duma nova felicidade" (Torkildsen, 1992). De facto, o fruir do lazer está intimamente ligado a sensações de liberdade, entretenimento e reabilitação pessoal. Existem várias formas de desfrutar do lazer, sendo uma delas o turismo.

No que diz respeito ao PDA, estamos perante um espaço dedicado ao lazer e recreio, de importância estratégica para o desenvolvimento do turismo na cidade de Aveiro. Temos, por um lado, actividades nitidamente orientadas para a comunidade local, como sejam, as piscinas, o *bowling*, as actividades de livre acesso, entre outras, e, por outro, actividades que visam a diversificação da oferta turística local e regional, de que são exemplo o campo de golfe e o parque temático. Pode facilmente concluir-se que o PDA trará inúmeros benefícios, que serão repartidos pela comunidade local de uma forma directa, através da criação de empregos e pagamento de impostos, e indirecta, através da valorização imobiliária, da melhoria da qualidade de vida e do efeito multiplicador; e pelo turismo, através da diversificação e sustentabilidade da sua oferta em Aveiro e na região em que se insere, em oposição ao turismo de massas tradicional do nosso país.

### 3 O Mercado potencial do PDA

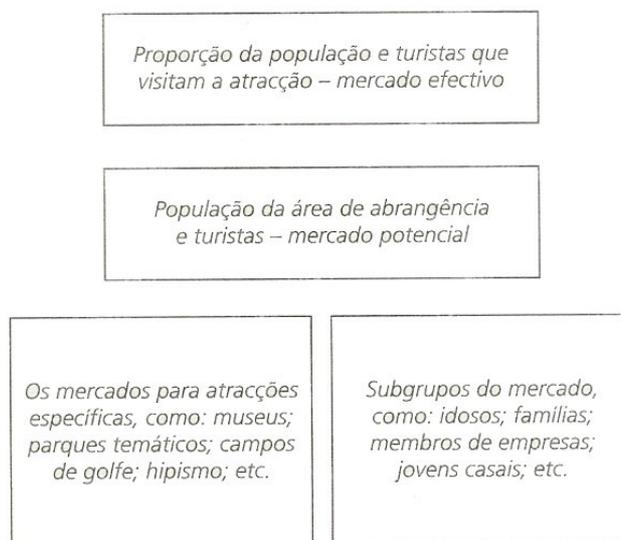
Segundo alguns autores, o mercado é um agregado de indivíduos/organizações, com necessidades relativamente a uma classe de produtos e com capacidade, vontade e autoridade para comprar esses produtos. Para Kotler (1997,13), "o mercado consiste em todos os consumidores potenciais que partilham uma necessidade semelhante e que estarão disponíveis a pagar para verem essa necessidade satisfeita".

O estudo elaborado procura definir o mercado potencial de um parque que oferece vários produtos/serviços de lazer. Para avaliar a dimensão de um mercado é importante distinguir entre o mercado real e o mercado potencial. O primeiro é medido pelo volume de vendas efectivo (participação em actividades) no decurso de um período de referência; o segundo consiste na estimativa do volume máximo que podem atingir as vendas num horizonte temporal definido (Mercator, 2001,57).

Deste modo, o mercado potencial pode ser encarado como o conjunto de públicos susceptível de utilizar/visitar o Parque Desportivo de Aveiro, ao longo do ano, e "consumir" uma ou mais actividades que compõem a sua oferta. Neste estudo procurou-se definir este merca-

do nas seguintes unidades de medida: dimensão do mercado (visitantes) e volume económico (receitas).

#### Quadro 1 – Hierarquia dos mercados de atracções. Adaptado de Swarbrooke (1996,60)



A análise feita ao mercado potencial do PDA procurou basear-se em alguns dos itens acima mencionados, mas não em todos, uma vez que este parque ainda não está implementado fisicamente, o que torna impossível a análise do mercado efectivo. Atendendo à hierarquia dos mercados de atracções definida por Swarbrooke (1996,60), procedeu-se a uma análise de mercado para atracções/produtos específicos com maior capacidade de atracção, que no presente caso foram: o golfe, o parque temático, o *bowling* e o estádio. Esta análise permitiu calcular o número de visitantes previsto para cada uma dessas atracções e desse modo estimar o mercado do PDA em termos de volume. Nessa estimativa teve-se em atenção o facto de estarmos perante mercados que, embora diferentes, não são mutuamente exclusivos, tendo, portanto, interligações e elementos em comum.

#### Análise dos mercados de algumas atracções do PDA

O mercado potencial do PDA é, em termos de abrangência, muito vasto, podendo captar visitantes de todo o país e algumas zonas de Espanha. Num raio de 30 minutos localiza-se uma população de 600 000 habitantes, mas, se alargarmos o raio para as três horas, conseguir-se-á "captar" cerca de 8,5 milhões de habitantes.

#### Parque temático

O tamanho de um parque temático depende do seu mercado potencial e a tendência para visitá-lo depende,

em grande medida, do tempo necessário a atingi-lo. Um estudo elaborado na Alemanha<sup>2</sup> analisa e interliga o número de visitantes, com a área de abrangência, espaço do parque e número de empregos (permanentes e temporários) criados:

**Quadro 2 – Níveis de parques temáticos (adaptado de Baud-Bovy, 1998,97)**

| Nível    | Número de visitantes anuais (em milhões) | Número médio de visitantes diários | Área em hectares (incluindo parque de estacionamento) | Número de empregos permanentes | Número de empregos sazonais |
|----------|--|------------------------------------|---|--------------------------------|-----------------------------|
| Nacional | 1,5 a 3                                  | 9 a 12000                          | 100 a 150   | 150 a 200                      | 500 a 600                   |
| Regional | 0,8 a 1,4                                | 5 a 8000                           | 60 a 80   | 80 a 150                       | 200 a 350                   |
| Local    | 0,3 a 0,5                                | 2 a 3000                           | cerca de 50   | 30 a 50                        | 80 a 100                    |

Sabendo-se, por um lado, que a Bracalândia, no ano de 1999, teve 250 000 visitantes e atendendo às características e dimensão desse parque em oposição ao pensado para o Pólo do Ludo Parque, e, por outro, que o Isla Magica, em Sevilha (área de 30 hectares), teve no ano 2000, cerca de um milhão de visitantes, pode facilmente concluir-se que o nível subjacente ao futuro Parque Temático para Aveiro será o regional. Isto é, procurar-se-á atingir entre 3125 a 5000 visitantes diários, aos quais corresponderiam cerca de 500 a 800 000 visitantes anuais (aberto 160 dias por ano). Esta estimativa é, ainda, sustentada pelos seguintes dados: a Feira de Março recebeu, no ano 2000, cerca de 500 000 visitantes no espaço de um mês e a Feira de Artesanato (Farav) recebeu, em 15 dias, 120 000 visitantes. Apesar de se tratar de “produtos de lazer” substancialmente diferentes do conceito de parque temático, a apresentação destes elementos serve para verificarmos que a população dos concelhos de Aveiro e limitrofes aprecia e visita parques com actividades de diversão.

Sabendo que o gasto médio do visitante do Isla Magica é de 21,55 €, repartidos pelos seguintes itens: entrada (11,98 € - 55,6%); restauração (5,39 € - 25%); *souvenirs* (1,79 € - 8,3%); jogos (1,49 € - 6,9%) e outros (0,90 € - 4,2%), pode assumir-se como preço de entrada no Parque Temático de Aveiro 10 €, podendo os gastos médios por visitante atingir os 17,5 €. Considerando, por outro lado, que o número de visitantes anual estará compreendido entre os 500 e os 800 000, este pólo do PDA poderá gerar receitas entre os 8,75 e os 14 milhões de euros por ano. Este facto é elucidativo da importância que o mesmo terá para o

PDA, não só devido à capacidade de atracção que tem, e ao número de empregos que cria, mas também devido às receitas turísticas que gera na Região de Turismo da Rota da Luz (RTRL).

### Golfe

Segundo a Federação Portuguesa de Golfe, em 2000, estavam oficialmente inscritos cerca de 9500 praticantes. No entanto, o importante para o mercado do golfe não é apenas o número de praticantes nacionais, mas acima de tudo os praticantes “oriundos” do turismo. Segundo a Secretaria de Estado do Turismo, o número de golfistas que vem a Portugal com o objectivo específico de praticar golfe situa-se nos 200 000. Em 2000, realizou-se aproximadamente um milhão de voltas, sendo apenas 8% respeitantes a jogadas por residentes (o que corresponde a aproximadamente 18 000 voltas ou *rounds* por campo de golfe).

Atendendo à localização deste campo de golfe e ao actual número reduzido de jogadores na região, julga-se que, nos primeiros anos, o campo de golfe do PDA possa atingir cerca de 10 000 *rounds* por ano, o que corresponderá a uma utilização média de cerca de 700 utentes/ano. Apesar da forte dependência das condições climáticas, os campos de golfe caracterizam-se por apresentar uma sazonalidade pouco acentuada, revelando elevadas taxas de ocupação não só nos meses de Verão, mas também na Primavera e Outono. Ainda de acordo com a Secretaria de Estado do Turismo, o total de receitas geradas por esta actividade em 2001 foi de 220 milhões de euros. Para o campo de golfe de Aveiro, estima-se um investimento de cerca de 4,5 milhões de euros, podendo em termos de facturação bruta atingir valores na ordem dos 1,5 milhões de euros (60% da facturação dos campos do Algarve).

O campo de golfe projectado para o Parque Desportivo de Aveiro será o terceiro da marca turística Beiras e o primeiro da RTRL. Atendendo às condições climáticas da região e, acima de tudo, à crescente importância deste mercado no panorama nacional, constata-se que a oferta é manifestamente inferior à média nacional. De facto, ao nível nacional esta marca turística é aquela que apresenta menor oferta em número de campos de golfe, prevendo-se para os próximos anos uma inversão ou atenuação desta situação. Estão actualmente em funcionamento o Golfe Montebelo (18 buracos), em Viseu, e o Golfe Quinta das Lágrimas (nove buracos)

<sup>2</sup> Estudo feito, em 1987, para o Europa-Park, na Alemanha.

em Coimbra, estando em construção um campo de nove buracos na Curia.

### **Bowling**

O *bowling* é uma actividade lúdica que pode ser praticada por um grande espectro de jogadores, de diferentes níveis sociais e de todas as faixas etárias. Como negócio, é uma actividade que requer um investimento inicial avultado, mas que apresenta uma elevada taxa de retorno do investimento (ROI). De acordo com alguns estudos, o investimento inicial nesta actividade é da ordem dos 100 000 a 125 000 euros por linha, incluindo investimentos na construção e aquisição de equipamento de *bowling*. Estes dados referem-se a espaços com aproximadamente 1000 m<sup>2</sup> de área total e 83 m<sup>2</sup> de área por linha, com serviço de bar e restaurante e área de máquinas de diversão.

O *bowling* do PDA terá uma área de 1500 m<sup>2</sup> e representará um investimento de 1,5 milhões de euros (12 linhas de jogo). Foi recentemente inaugurado em Braga um *bowling* com estas dimensões, que atraiu nos primeiros seis meses de actividade cerca de 100 000 utilizadores. Este número é elucidativo da capacidade de atracção deste equipamento, bem como da alta taxa de rendimento do mesmo. Nos Estados Unidos da América, estima-se que, em mercados emergentes, onde a oferta escasseie, o retorno do investimento inicial possa ser atingido em cerca de dois anos, sendo as percentagens do lucro divididas pelos seguintes itens: *bowling* (61%); bar e restauração (23%); máquinas de diversão (7%); aluguer de sapatos (6%); outros (3%).

Se considerarmos como preço de utilização 3,5 € (sem incluir o aluguer de sapatos), então podemos concluir que o gasto médio por visitante será de 5,74 €. Atendendo à oferta existente na cidade e concelhos limítrofes, pode concluir-se que o mesmo poderá atrair nos primeiros anos de funcionamento cerca de 150 000 utilizadores/ano, a que corresponderá uma taxa de 410 utilizadores/dia. Destaque-se também que este produto é muito pouco sazonal, não se verificando grandes flutuações no número de utilizadores ao longo do ano. Em relação às receitas, atendendo aos dados apresentados, conclui-se que o *bowling* do PDA poderá gerar 861 000 euros/ano.

### **Estádio Municipal de Aveiro**

O Estádio Municipal de Aveiro tem como clube residente o Sport Clube Beira Mar (SCBM). Por se tratar de uma equipa que milita na Primeira Liga de Futebol, espera-se que sejam transmitidos anualmente seis jogos, em

horário nobre, em canal aberto ou fechado. Em relação à ocupação do recinto para jogos, deverão ser realizados cerca de 20 jogos/ano, em geral durante o fim-de-semana, e que deverão atingir uma audiência média de 8000 espectadores. Actualmente, o SCBM apresenta uma audiência média de 5000 espectadores, mas, com a construção do novo estádio, a oferta de 30 000 lugares sentados e cobertos de elevada qualidade e conforto possibilitará decerto atingir, no mínimo, o valor citado de 8000 espectadores por jogo. Por fim importa referir que os jogos realizar-se-ão entre os meses de Agosto e Maio, o que permitirá que nos meses de Verão se possam realizar concertos e espectáculos no estádio, sem prejuízo para o clube residente.

Com o intuito de obter fontes adicionais de receitas com o novo estádio, foram incluídas várias valências com importantes retornos para a empresa responsável pela sua gestão, tais como: restaurante; bares; lojas; camarotes; salas polivalentes; ginásios; estúdios e espectáculos ao vivo, que possibilitarão obter receitas anuais de aproximadamente 1,25 milhões de euros.

### **Outras atracções do PDA (Baud-Bovy, 1998)**

#### *Centro hípico*

Os centros hípicos são normalmente geridos por empresas privadas. Estes centros são importantes para o usufruto de lazer, quer para a comunidade local, quer para os turistas. Em média, um cavalo para aluguer é utilizado por 15-20 pessoas durante uma semana, ao nível de iniciação, e por quatro pessoas por semana a um nível mais avançado. Trata-se duma actividade de lazer dispendiosa direccionada para mercados com algum poder económico. Atendendo ao número de boxes existentes (50) e considerando que poderão existir cerca de 15 cavalos para aluguer, pode estimar-se uma utilização semanal de 220 utilizadores, a que correspondem 11 440 utilizadores anuais.

#### *SPA/health club*

O desenvolvimento de SPA representa um investimento elevado, em virtude de os equipamentos que o compõem serem de custo elevado. Os mais sofisticados SPA têm os seguintes equipamentos: salas de consulta médica; salas de terapia de grupo; edifícios de terapias (hidroterapia; massagens; tratamento por lazer; fisioterapia; tratamentos por lamas; etc.); piscinas; saunas; banhos turcos; solários; salão de beleza; ginásios; etc. A imagem de um SPA moderno não está apenas focalizada no tipo de tratamentos que oferece, mas também nas actividades de lazer e ambiente cir-

cundante que proporciona. A proximidade do SPA/health club aos outros equipamentos do PDA possibilita a obtenção dessa vantagem, que se traduz num aumento da estada dos seus utilizadores.

#### Piscinas

As piscinas cobertas públicas, por representarem um investimento muito avultado que raras vezes consegue ser ressarcido, levou a que ao longo dos últimos anos se criasse um novo conceito, as piscinas de lazer, que funcionam como pequenos parques aquáticos. Apesar de se tratar de piscinas cobertas, existem zonas com vegetação, algumas praias, piscina com ondas, jacuzzis e piscinas para crianças. A diversificação e a diferenciação da oferta possibilitam atingir um maior número de utilizadores, tornando também o tempo de lazer despendido mais interessante. A título de exemplo, a transformação dum centro de piscinas cobertas num centro de piscinas de lazer possibilitou um aumento do número de utilizadores de 436%, de 55 000 para 240 000/ano<sup>3</sup>. Atendendo à oferta existente em Aveiro e às características do centro de piscinas previstos para o PDA, julga-se que este espaço possa alcançar cerca de 55 000 utilizadores/ano, a que corresponderá cerca de 150 utilizadores/dia.

### Quadro 3 – Mercado potencial do PDA em volume

|                       | Janeiro | Fevereiro | Março  | Abril  | Mai    | Junho   | Julho   | Agosto  | Setembro | Outubro | Novembro | Dezembro | Total   |
|-----------------------|---------|-----------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|----------|---------|----------|----------|---------|
| Parque temático       | 0       | 0         | 15 000 | 35 000 | 35 000 | 75 000  | 125 000 | 115 000 | 75 000   | 25 000  | 0        | 0        | 500 000 |
| Golfe                 | 600     | 600       | 750    | 1 050  | 1 050  | 2 250   | 3 800   | 3 500   | 2 250    | 1 050   | 750      | 600      | 18 250  |
| Estádio               | 16 000  | 16 000    | 16 000 | 16 000 | 5 000  | 10 000  | 16 000  | 16 000  | 16 000   | 16 000  | 16 000   | 16 000   | 175 000 |
| Ténis                 | 1 800   | 2 400     | 3 600  | 3 600  | 4 800  | 7 200   | 7 200   | 7 200   | 5 400    | 3 700   | 2 400    | 1 800    | 51 100  |
| Bowling               | 11 000  | 11 000    | 11 000 | 12 500 | 13 500 | 15 000  | 15 000  | 15 000  | 12 500   | 12 500  | 11 000   | 10 000   | 150 000 |
| Piscinas              | 4 250   | 4 250     | 4 250  | 4 500  | 4 500  | 5 250   | 5 250   | 5 250   | 4 500    | 4 250   | 4 250    | 4 250    | 54 750  |
| Centro hipico         | 800     | 800       | 800    | 1 000  | 800    | 1 200   | 1 300   | 1 300   | 1 000    | 800     | 800      | 800      | 11 400  |
| Total sem p. temático | 34 450  | 35 050    | 36 400 | 38 650 | 29 650 | 40 900  | 48 550  | 48 250  | 41 650   | 38 300  | 35 200   | 33 450   | 460 500 |
| Total                 | 33 650  | 34 250    | 50 600 | 72 650 | 63 850 | 114 700 | 172 250 | 161 950 | 115 650  | 62 500  | 34 400   | 32 650   | 949 100 |

Com base nos elementos apresentados, estimou-se o número de utilizadores para os diferentes equipamentos do Parque Desportivo de Aveiro, bem como o volume de negócios que representa. Importa salientar que o Parque Desportivo de Aveiro é composto por vários produtos/serviços que irão penetrar em mercados abertos ou pouco estruturados, isto é, estamos perante produtos/serviços que em termos locais e regionais encontram pouca ou nenhuma concorrência, pelo que ainda é possível aceder aos mesmos com elevada probabilidade de sucesso.

### Volume do mercado – visitantes

De acordo com o binómio tempo-distância, o mercado de abrangência do PDA é o seguinte:

#### Figura 2 – mapa de isócronas



#### Diário

600 000 habitantes / 30 minutos de distância

2 400 000 habitantes / 1 hora de distância

#### Fim-de-semana

4 000 000 habitantes / 2 horas de distância

8 750 000 habitantes / 3 horas de distância

Para o cálculo do volume do mercado do PDA, um equipamento assume particular evidência pelo número de utilizadores que consegue atrair: o parque temático. De acordo com alguns dados antes apresentados vejamos o volume do mercado potencial do PDA, por mês:

Saliente-se, desde logo, que neste cálculo não são contabilizados os utilizadores dos seguintes equipamentos: SPA/health club; campos de jogos (playgrounds); trilhos para bicicletas e jogging; restaurantes; áreas comerciais e centro de desportos radicais.

Sendo assim, e atendendo aos elementos analisados – parque temático, campo de golfe, estádio, campos de ténis, bowling, piscinas e centro hípico –, estima-se que o PDA possa receber cerca de um milhão de visitantes/ano, sendo o mês de Dezembro o de menor

<sup>3</sup> Sports and Leisure Pool of Petit-Couronne, França.

procura (33 450 visitantes), e o de Julho, por oposição, o de maior procura (172 250 visitantes). A grande amplitude verificada no número de visitantes entre os períodos de Outubro a Março (252 850) e Abril a Setembro (707 650) deve-se, em exclusivo, à grande amplitude verificada nesses meses no parque temático. De facto, se analisarmos o número de visitantes do PDA, excluindo o parque temático, conclui-se que terá uma ocupação mais ou menos constante ao longo de todo o ano, verificando-se, ainda assim, uma maior ocupação nos meses de Verão.

Conforme podemos ver pelo Quadro 2, a variação no número de visitantes entre o mês de menor procura (Dezembro – 33 450) e o de maior (Julho – 48 550) é de apenas 44%, valor substancialmente inferior à variação registada se considerarmos os visitantes do parque temático - 500%. De facto, o parque temático é, de longe, o equipamento com maior capacidade de atracção do PDA, conseguindo representar cerca de 50% da procura total do parque.

A inclusão das restantes actividades que não foram consideradas neste cálculo permite concluir que o número de visitantes será ainda superior. Importa salientar que nesta estimativa são apenas levados em conta os visitantes que pagam para usufruir duma actividade de lazer. O PDA é também um espaço aberto à comunidade com uma grande área de espaços verdes, o que permitirá certamente atrair um elevado número de visitantes que, apesar de não usufruírem de nenhuma actividade paga, poderão beneficiar do contacto com a natureza que este espaço lúdico também proporciona. Os trilhos existentes, tanto para passeios pedestres como para passeios de bicicleta, terão certamente uma grande influência no aumento do número de visitantes.

#### *Volume monetário – receitas*

Caracterizar o mercado do PDA em termos económicos ou monetários é uma tarefa um pouco difícil, por não se tratar de um mercado implementado fisicamente. Os dados apresentados reportam-se aos seguintes equipamentos: parque temático, golfe, *bowling* e estádio. É importante acrescentar aos dados já obtidos as receitas que os dois hotéis previstos para o PDA poderão gerar. Este cálculo foi feito com base no tipo de hotel em estudo e atendendo ao seu preço, taxa de ocupação e número de quartos. Apesar de no ano 2004 se realizar no Parque Desportivo de Aveiro o Campeonato Europeu de Futebol, tal facto não influenciou a taxa de ocupação pre-

vista para as unidades hoteleiras, por se tratar de um evento isolado de curta duração, que a médio e longo prazo não tem significado:

- hotel de quatro estrelas (pólo do golfe) – de acordo com Lawson (1995:130) as receitas geradas por este tipo de hotéis no continente europeu dividem-se pelos seguintes itens: quartos (55%), restauração/bar (35%) e outros (5%). Atendendo à taxa de ocupação média verificada em Aveiro (55,2%)<sup>4</sup>, e considerando que o hotel previsto terá cerca de 150 quartos e um preço por noite a rondar os 80 €, então pode estimar-se que o mesmo consiga gerar receitas anuais a rondar os 4,4 milhões de euros;
- hotel de três estrelas (pólo do ludo parque) – atendendo ao tipo de hotel, as receitas que advêm do aluguer dos quartos deve ser substancialmente superior, rondando os 80%, e o preço por noite rondará os 60 €. Quanto à sua dimensão, terá aproximadamente 120 quartos, podendo deste modo gerar receitas na ordem dos 1,8 milhões de euros.

Atendendo, portanto, a todos os factos anteriormente expostos, e considerando, conforme vimos, apenas parte dos equipamento que compõem o PDA, pode concluir-se que anualmente serão geradas receitas na ordem dos 18,6 milhões de euros. Apesar de não serem considerados outros equipamentos, como as piscinas, o *SPA/health club* ou os campos de ténis, julgo que não se verificarão alterações substanciais no valor estimado de receitas, podendo este valor sofrer um aumento nunca superior a 20%.

#### **Quadro 4 – Volume de receitas no PDA**

| Volume de receitas | Milhares euros |
|--------------------|----------------|
| Parque Temático    | 8 750          |
| Golfe              | 1 500          |
| <i>Bowling</i>     | 1 250          |
| Estádio            | 861            |
| Hotel 4 estrelas   | 4 400          |
| Hotel 3 estrelas   | 1 900          |
| Total              | 18 661         |

Em resumo pode concluir-se que o PDA conseguirá atrair anualmente cerca de um milhão de visitantes, que se irão traduzir em aproximadamente 18,6 milhões de euros de receitas, o que corresponderia a uma despesa média por visitante de 18,6 €. Importa uma vez mais ressaltar que apenas se consideram nesta estimativa algumas das actividades pagas do PDA, não sendo contabilizado o número de visitantes que venham utilizar alguma

<sup>4</sup> Com base num estudo da capacidade hoteleira da cidade de Aveiro realizado pela PDA.

actividade não paga, como os trilhos para *jogging* e bicicleta ou o *playground*. Relativamente às receitas, não são consideradas as geradas pelos 160 000<sup>5</sup> espectadores dos jogos de futebol do Beira Mar, por se tratarem de receitas de exploração inerentes à actividade futebolística do clube.

#### 4 Conclusões

Pelo atrás exposto, não será difícil concluir que o PDA é uma infra-estrutura estruturante para o desenvolvimento da cidade de Aveiro e da região em que se insere, de importância vital para a comunidade local e para o desenvolvimento do turismo.

O Parque Desportivo de Aveiro irá não só atrair muitos visitantes, que anualmente poderão gerar receitas de cerca de 20 milhões de euros, como também suscitar um investimento directo, num curto espaço de tempo, em actividades de lazer e desporto, de difícil equiparação no nosso país. Pode afirmar-se, com elevado grau de certeza, que estaremos perante um investimento total superior a 125 milhões de euros (incluindo o novo Estádio Municipal de Aveiro).

Qualquer organização, inclusive as ligadas a actividades de lazer e recreio, apostam em políticas, planos e gestão de recursos para atingir os seus fins. As organizações privadas preocupam-se especificamente com a sua própria actividade, cabendo às organizações governamentais a aplicação de políticas e planos de âmbito mais alargado, com o intuito de desenvolver o país ou a região e melhorar o nível de vida da sua comunidade. A PDA-EM tem ambas as funções, isto é, procura, por um lado, tornar a sua actividade empresarial rentável e, por outro, definir políticas de actuação que beneficiem a comunidade local.

#### Bibliografia

- Baud-Bovy, Manuel, e Lawson, Fred, 1998, *Tourism & Recreation – Handbook of Planning and Design*, Oxford, Architectural Press.
- Brochand, Bernard, et al., 2000, *Mercator 2000 – Teoria e Prática do Marketing*, Lisboa, Publicações Dom Quixote.
- Costa, André Cester, 2001, “Mercado potencial do Parque Desportivo de Aveiro”, projecto do curso de Gestão e Planeamento em Turismo da Universidade de Aveiro.
- Kotler, Philip, 1997, *Marketing Management – Analysis, Planning, Implementation and Control*, EUA, Prentice Hall.
- Lawson, Fred, 1995, *Hotels and Resorts – Planning, Design and Refurbishment*, Oxford, Butterworth Heinemann.
- Swarbrooke, John, 1996, *The Development & Management of Visitor Attractions*, Oxford, Butterworth Heinemann.
- Torkildsen, George, 1982, *Leisure and recreation Management*, Londres, E & FN Spon.

<sup>5</sup> Não considero os 15 000 assistentes a espectáculos e concertos por estarem incluídos nas receitas do Estádio.