



**LISBOA
SCHOOL OF
ECONOMICS &
MANAGEMENT**

**MESTRADO
CIÊNCIAS EMPRESARIAIS**

**TRABALHO FINAL DE MESTRADO
DISSERTAÇÃO**

**AVALIAÇÃO DO IMPACTO DA INSTALAÇÃO DE
UMA UNIDADE DE
TURISMO NO ESPAÇO RURAL**

Francisco Paneiro da Camara Pestana

JUNHO 2014



**MESTRADO
CIÊNCIAS EMPRESARIAIS**

**TRABALHO FINAL DE MESTRADO
DISSERTAÇÃO**

**AVALIAÇÃO DO IMPACTO DA INSTALAÇÃO DE
UMA UNIDADE DE
TURISMO NO ESPAÇO RURAL**

FRANCISCO PANEIRO DA CAMARA PESTANA

ORIENTAÇÃO:

PROFESSOR DOUTOR NUNO FERNANDES CRESPO

JUNHO 2014

Agradecimentos

Ao meu orientador, o professor doutor Nuno Crespo, que se mostrou sempre disponível, interventivo e muito interessado no desenvolvimento do meu trabalho, contribuindo assim para estimular o meu interesse pelo tema.

Aos meus pais, pelo investimento ao longo destes anos na minha educação, demonstraram sempre um apoio fundamental em todas as etapas da minha vida.

À minha querida mulher, que pela sua capacidade criativa e espírito crítico ajudou-me desde o início na ideia de qual poderia ser a temática deste trabalho e durante toda a investigação a ser persistente na obtenção dos resultados desejados.

Resumo

No âmbito do Turismo no Espaço Rural (TER), refletimos sobre quais os impactos positivos e negativos que o turismo tem sobre uma determinada zona rural. Os impactos tanto positivos como negativos, verificam-se a três níveis: sociocultural, económico e ambiental.

Do ponto de vista sociocultural, o TER, tem essencialmente um impacto positivo, pela sua capacidade de motivar a população rural em elevar o património histórico e cultural e preservá-lo, assim como a gastronomia local. Em termos económicos, tem impacto positivo, ainda que alguns autores o desvalorizem por considerarem não ter muita expressão, pela capacidade de gerar emprego, de fixar a população no território rural e ainda permitir o desenvolvimento de atividades de exploração agrícola, que sirvam de suporte ao turismo. Os impactos ambientais geram alguma controvérsia, na medida em que os críticos afirmam que muitas vezes esta forma de turismo não respeita o meio ambiente, e do lado oposto, apresentam-se muitas vezes como um turismo sustentável e capaz até de beneficiar o meio rural que o recebe.

Através do estudo de um caso particular, procurou-se avaliar de que forma aquilo que já tinha sido estudado sobre o tema se era válido ou não. Através do estudo de caso único foram efetuadas entrevistas a diferentes agentes económicos, que se encontram ligados por relações comerciais, como é o caso do proprietário do TER em questão, de alguns fornecedores e ainda, de alguns organismos estatais, que ajudaram ao aparecimento deste TER.

Os resultados obtidos, de carácter qualitativo, demonstram a importância da existência do Turismo no Espaço Rural como forma de revitalizar o meio rural, de forma a reduzir as assimetrias existentes. Qualquer interveniente demonstrou estar satisfeito com os resultados produzidos pelo aparecimento deste TER.

Palavras-chave: Turismo no Espaço Rural; Meio rural; Autenticidade; Empreendedorismo; Pequena e Média Empresa; Impacto económico; Impacto Social; Impacto ambiental; Sinergias no Turismo;

Abstract

In the framework of “Tourism” in Rural Areas (TER for portuguese “Turismo em Espaço Rural), we studied either the negative and positive impact that the tourism has within a certain rural area. The impacts, were verified in three different levels: social and cultural, economic and environmental.

In social and cultural terms, the TER, has essentially a positive impact, either for being capable to motivate the local and rural population in order to elevate the historic and cultural heritage and so, save it for the future, as well as promote the local gastronomy. In economic matter, it has a positive impact, although some authors don't give it so much credits because it doesn't have a great impact. Nevertheless, the optimists say that it creates more employment, it maintain the population in the rural territory and also contributes for the development of farm activities that, at the end, supports the tourism activity. In environmental terms, the impact itself generates some controversial opinions, has the critics state that, very often, this type of tourism doesn't respect the environment and, some others, present this tourism has sustainable which results in great benefits for the rural areas.

With the study of the following specific case, there was an opportunity to compare between the theory of this theme and a real project. Through a single case study, there were made several interviews to different economic agents, that are interconnected by business relationship, has it is the case of the owner of this TER itself, some suppliers and also some state agencies, that helped the emergence of this TER.

The results obtained, of quality nature, demonstrate the importance of existing a TER as an opportunity to regenerate the rural environment, and consequently results on a reduction of the differences between regions. It is understandable that, any of these players are satisfied with the appearance of this TER.

Key-words: Rural Tourism; Rural Area; Authenticity; Entrepreneurship; Small and Medium Size Company; Economic impact; Social Impact; Environmental Impact; Synergies on tourism

Índice

Agradecimentos	iii
Resumo.....	iv
Abstract	v
Índice	vi
Índice de Tabelas.....	vii
Índice de Ilustrações.....	vii
1 Introdução	1
2 Revisão de Literatura	2
2.1 Surgimento do Turismo no Espaço Rural (TER).....	2
2.2 Definição de TER.....	4
2.3 Enquadramento Legal	6
2.4 Caracterização e Evolução do TER.....	7
2.5 Impactos socioculturais, económicos e ambientais.....	15
3 Metodologia	20
4 Apresentação do Caso.....	22
4.1 Avis como Destino Rural	22
4.2 História e caracterização da Herdade da Cortesia	24
5 Discussão dos Dados	29
6 Conclusões.....	34
6.1 Conclusões	34
6.2 Implicações.....	35
6.3 Limitações e Trabalhos Futuros	36
7 Anexos	37
8 Referências Bibliográficas	39

Índice de Tabelas

Tabela i - Evolução em termos do número de estabelecimentos de Turismo de Habitação e do TER, por modalidade	10
Tabela ii - Evolução em termos do número de estabelecimentos de Turismo de Habitação e do TER, por NUTS II	11
Tabela iii - Evolução da capacidade de alojamento nos estabelecimentos de Turismo Habitação e TER, por modalidade (número de camas)	11
Tabela iv - Evolução da capacidade de alojamento nos estabelecimentos de Turismo Habitação e TER, por NUT II (número de camas)	12
Tabela v - Evolução do número de dormidas nos estabelecimentos de Turismo de Habitação e TER, por modalidade (milhares).....	13
Tabela vi - Evolução do número de dormidas nos estabelecimentos de Turismo de Habitação e TER, por região em milhares (NUT II)	15

Índice de Figuras

Figura 1 - Vista aérea do Herdade da Cortesia e da Barragem do Maranhão	24
Figura 2 - Entrada principal da Herdade	25
Figura 3 – Vista do interior do Hotel	25
Figura 4 - Vista do Pôr do Sol no terraço.....	26
Figura 5 – Vista exterior dos quartos	26
Figura 6- Envoltente da Herdade da Cortesia.....	26

1 Introdução

O tema escolhido para esta Dissertação é “Avaliação do Impacto da Instalação de uma Unidade de Turismo no Espaço Rural”. A escolha deste tema foi refletida e baseou-se quer no facto da licenciatura do autor desta dissertação ser em Gestão Hoteleira e de ter interesse sobre esta área em particular, mas também na leitura de literatura desenvolvida sobre a área do Turismo Rural.

Na parte teórica deste Trabalho Final de Mestrado (TFM), procurou-se contextualizar o aparecimento do Turismo em Espaço Rural (TER), a sua definição e evolução ao longo do tempo, a caracterização em Portugal, e a análise sobre diferentes perspetivas do seu impacto no meio rural. Com o desenvolvimento da parte prática procurou-se entender, através de um caso concreto, qual foi o verdadeiro impacto que uma unidade real de Turismo Rural causou num município de pequenas dimensões. Nesta parte, foi estudado o caso da Herdade da Cortesia, que é um sucesso por ser um motor de desenvolvimento da localidade de Avis, e que segundo os agentes económicos da região, trouxe mais-valias em termos económicos e sociais.

O trabalho desde o início trouxe grande interesse ao autor, pela sua experiência profissional ligada à indústria do Turismo e Hotelaria e pessoal, por ter sido hóspede da Herdade da Cortesia. Nessa altura surgiram algumas questões, como quais as razões para o sucesso de um TER no interior do Alentejo. Como seria possível contrariar a sazonalidade no interior do Alentejo, quando em regiões com mais turismo no nosso país, essa já se verifica acentuadamente? Em que medida este TER se distinguiu de outros, que já tinham falhado? Além do sucesso deste projeto, quais os impactos que este teve ao nível económico, socio-cultural e ambiental, na região de Avis? De que forma esses impactos eram entendidos por outros agentes económicos ligados direta ou indiretamente a este projeto?

O objetivo de investigação do estudo foi, desde o início, dar resposta a estas questões com foco nos impactos aos diferentes níveis.

Estas questões levaram a escolher este tema e a entender a importância de existirem pessoas com um espírito empreendedor, que além de procurarem o seu sucesso pessoal, querem também contribuir para o desenvolvimento de zonas rurais no nosso país, contribuindo assim para diminuir as assimetrias regionais que inevitavelmente existem em Portugal.

Em termos de organização do documento, o mesmo conta com mais 5 capítulos para além deste primeiro capítulo introdutório. No segundo capítulo, faz-se a revisão da literatura sobre o tema. No terceiro capítulo é apresentada a metodologia seguida, e no capítulo seguinte apresenta-se o caso. No quinto capítulo, discutem-se os dados de forma a aferir os impactos que a instalação da Herdade da Cortesia teve na região de Avis, do ponto de vista dos diferentes agentes económicos envolvidos. Por último, apresentam-se as conclusões da presente dissertação.

2 Revisão de Literatura

A revisão de literatura está organizada em cinco pontos.

No primeiro ponto explica-se o surgimento do Turismo em Espaço Rural. Neste ponto, é feita uma análise sobre as diferentes reformas que contribuíram para devolver às regiões rurais algum protagonismo que foi perdido na Europa ao longo das últimas décadas e concretamente também em Portugal.

De seguida são apresentadas algumas definições possíveis do que é o Turismo em Espaço Rural. O terceiro ponto, faz um breve resumo do enquadramento legal, apresentando as diferentes modalidades de hospedagem. No penúltimo ponto expõe-se a sua caracterização (onde são analisados os fatores para o crescimento da oferta turística deste produto) por um lado, e a sua evolução em Portugal desde 2003 até 2012, sob diferentes âmbitos de análise, por outro lado.

O último ponto, apresenta o foco deste trabalho, que é o impacto que um Turismo em Espaço Rural pode ter numa determinada zona rural, em termos económicos, socioculturais e ambientais, identificando os diferentes agentes económicos envolvidos e qual a sua importância no processo de desenvolvimento deste tipo de turismo.

2.1 Surgimento do Turismo no Espaço Rural (TER)

A década de 1980 marca uma página importante na história porque foi nessa altura que se deu o “renascimento das áreas rurais” (Reis & Lima, 1998). Até então, a cidade era entendida como um lugar onde existiam melhores condições de vida, onde o acesso à educação, formação e

trabalho eram mais facilitados e, por essa razão, verificou-se que grande parte da população europeia se concentrou nas cidades.

Torna-se importante entender o porquê desta mudança e de que forma se deu este rejuvenescimento das zonas rurais. Durante a década de oitenta, houve uma concertação de esforços no sentido de constituir algumas políticas que pudessem ajudar a valorizar o património, a história, a cultura, os hábitos, os costumes e, desta forma, atrair novamente as populações para o campo. Nessa altura, as assimetrias entre regiões interiores e citadinas dos diversos países na Europa, tornava urgente a aplicação de reformas.

Assim, as reformas na política agrícola e rural tornaram-se imprescindíveis, e verificou-se: em primeiro lugar, a reforma da União Europeia nos Fundos Estruturais em 1988, canalizando parte dos fundos que seriam para as regiões mais ricas para as regiões mais desfavorecidas, apoiando as infraestruturas e ajudando na diversificação da agricultura e, em último lugar, a reforma da Política Agrícola Comum (PAC) em 1992, procurando garantir um nível de vida equitativo entre os agricultores.

Já na década de noventa, e por altura da reforma na PAC, foi desenvolvido o programa europeu LEADER (Ligação entre Ações de Desenvolvimento da Economia Rural), ainda em vigor, que foi uma iniciativa entendida como um esforço para promover ações integradas e pensadas em conjunto por todos, para serem aplicadas em cada país. Este programa trouxe também uma vontade de mudança de pensamento junto dos agentes económicos rurais que devem entender a importância da sustentabilidade do meio rural para valorizar o seu património histórico e cultural.

Em Portugal, outras iniciativas foram promovidas, como a criação de um Sistema de Incentivos Regionais (SIR), criado pelo Ministério do Planeamento e Administração do Território (MPAT) no âmbito do QCA II, através do DL nº 193/94 de 19 Julho. O objetivo primordial era contribuir para o desenvolvimento endógeno das regiões desfavorecidas, aumentando assim a sua competitividade regional, estimulando a diversificação económica e, como tal, apoiando a criação de empregos. A concessão destes incentivos, tanto a fundo perdido como subsídio reembolsável, podia atingir 70% dos investimentos efetuados (MPAT, 1994)

Desde a década de oitenta, que as zonas interiores/rurais têm merecido especial atenção, e a aplicação de sucessivas reformas têm favorecido e permitido a iniciativa pública e privado,

bem como o desenvolvimento de negócio no meio rural. Alguns autores como Vieira (2005), entendem a importância do turismo para contrariar a depressão económica e demográfica das zonas rurais, e por sua vez dinamizar a economia, gerar emprego e ajudar a manter a população no campo (Lane,1994; Jesus, 2008).

2.2 Definição de TER

A definição de Turismo em Espaço Rural tem sido alvo de debate por parte dos autores desta área de investigação. A título de exemplo, Blanco (1996, p. 25) considera o turismo como “uma expressão singular de novas formas de turismo”, caracterizada por:

- i) se desenrolar fora dos núcleos urbanos;
- ii) se produzir de forma reduzida, em espaços amplos;
- iii) utilizar de forma diversa recursos naturais, culturais, patrimoniais, de alojamento e serviços, próprios do meio rural;
- iv) contribuir para o desenvolvimento local e para a diversificação e competitividade do turismo.

Outro autor, Valdés (1996, pp. 365-401) refere que as unidades de turismo rural procuram “atrativos turísticos associados ao descanso, paisagem, cultura tradicional e fuga da massificação”. Na mesma linha, Fuentes (1995, pp. 19-52) também destaca que “esta forma de turismo pressupõe a ligação ao ambiente local, promovendo a interação com a comunidade local”.

Segundo Ruschmann (2000, p. 63), “na sua forma mais original e pura”, o turismo rural deve estar constituído em estruturas eminentemente rurais, de pequena escala, ao ar livre, proporcionando ao visitante o contato com a natureza, com a herança cultural das comunidades do campo e as chamadas sociedades e práticas “tradicionais”.

O turismo em espaço rural assume-se como “uma forma que em princípio respeita a capacidade de carga dos meios de acolhimento, em termos naturais, com conservação dos recursos locais, físicos e humanos, incluindo os de interesse turístico, diminuindo custos e

elevando benefícios” (Cavaco, 1995, p.361). Este ponto que Cavaco (1995) destaca é algo sempre discutido porque regra geral, os maiores entraves à concretização de um TER são os impactos que este traz em termos ambientais. Por esse motivo, a preocupação dos promotores destes negócios é cada vez maior, de forma a não entrar em choque com a população local.

Importa perceber que, para o desenvolvimento do TER, muito contribuíram as reformas descritas no ponto anterior, mas também o facto do turismo de massas estar algo saturado por trazer consigo elevados custos ambientais e sociais, ser pouco personalizado e muito estandardizado. Estas razões, ajudaram a posicionar o TER como um produto benéfico para todos os agentes económicos envolvidos. Este tipo de turismo, tem um carácter mais responsável e sustentável, preferencialmente no próprio país ou em países/regiões não muito distantes, evidenciando por isso um turismo de escala humana, mais integrado nos locais de destino, de estrutura familiar e artesanal, e que proporciona quase sempre um contacto estreito “entre gentes locais” e turistas.

Contudo, há que destacar que turismo em espaço rural e turismo de massas não são concorrentes diretos nem se pretendem anular ou substituir (Butler, 1992), uma vez que o turista retira de cada, uma experiência diferentes e novas formas de lazer e recreio, podendo e devendo ser consideradas formas de complemento para melhor servir a comunidade local. A experiência nos dias de hoje que o cliente procura, está muito associada a diferentes sensações que ele pretende obter, por isso muitos gostam de estar em contacto com o turismo de massas, cidades cosmopolitas, com muita vida para depois descansarem no sossego do campo, “bebendo” da cultura da comunidade local.

De acordo com a OCDE (1993) e Lane (1994), o TER para ser considerado como tal deve, apresentar-se tendo as seguintes características:

- Deve ser adaptado ao meio rural – para não haver um choque entre “quem chega e quem está”, estar projetado para um meio mais pequeno, em que as empresas são de pequena dimensão, em que a sua chegada não interfira com a Natureza, com o património cultural, ou ainda com os hábitos e costumes tradicionais;
- Ir ao encontro da população local, respeitando o seu espaço e as suas atividades do dia-a-dia;

- A sua construção não deve interferir em termos paisagísticos, e portanto deve ser de pequena dimensão;
- Deve ser tradicional, envolvendo a população local, de forma a que se possa olhar para o futuro e ver um desenvolvimento a longo prazo;
- Benéfico para o destino, para as pessoas as “gentes locais” – parte das receitas do turismo deve beneficiar a população local.

2.3 Enquadramento Legal

Apresentado o que alguns autores consideram sobre o tema, interessa considerar as diferentes modalidades de Hospedagem no TER. Segundo o Diário da República, Decreto-Lei nº 54/2002, existem os seguintes:

- Turismo de Habitação - “Serviço de hospedagem de natureza familiar prestado a turistas em casas antigas particulares que, pelo seu valor arquitetónico, histórico ou artístico, sejam representativas de uma determinada época, nomeadamente os solares e as casas apalaçadas, devendo ser habitadas por quem faz a sua exploração durante o período da mesma” (Artigo 4.º).
- Turismo Rural - “Serviço de hospedagem de natureza familiar prestado a turistas em casas rústicas particulares que, pela sua traça, materiais construtivos e demais características, se integrem na arquitetura típica regional, devendo ser habitadas por quem faz a sua exploração durante o período da mesma” (Artigo 5.º).
- Agroturismo - “Serviço de hospedagem de natureza familiar prestado em casas particulares integradas em explorações agrícolas que permitam aos hóspedes o acompanhamento e conhecimento da atividade agrícola, ou a participação nos trabalhos aí desenvolvidos, de acordo com as regras estabelecidas pelo seu responsável, devendo ser habitadas por quem faz a sua exploração durante o período da mesma” (Artigo 6.º).
- Turismo de Aldeia - “Serviço de hospedagem prestado num conjunto de, no mínimo, cinco casas particulares situadas numa aldeia e exploradas de uma forma integrada, quer sejam ou não utilizadas como habitação própria dos seus proprietários, possuidores ou legítimos detentores”, devendo, pela “sua traça, materiais de construção e demais características, integrar-se na arquitetura típica local” (Artigo 7.º).
- Casas de Campo- “Casas particulares situadas em zonas rurais que prestem serviço de hospedagem, quer sejam ou não utilizadas como habitação própria dos seus

proprietários, possuidores ou legítimos detentores”, devendo, pela “sua traça, materiais de construção e demais características, integrar-se na arquitetura e ambiente rústico próprio da zona e local onde se situem” (Artigo 8.º).

- Hotéis Rurais – “São hotéis rurais os estabelecimentos hoteleiros situados em zonas rurais e fora das sedes de concelho cuja população, de acordo com o último censo realizado, seja superior a 20.000 habitantes, destinados a proporcionar, mediante remuneração, serviços de alojamento e outros serviços acessórios ou de apoio, com fornecimento de refeições. Os hotéis rurais devem, pela sua traça arquitetónica, materiais de construção, equipamento e mobiliário, respeitar as características da região em que se situem” (Artigo 9º)
- Parques de campismo rurais – “São parques de campismo rurais os terrenos destinados permanente ou temporariamente à instalação de acampamentos, integrados ou não em explorações agrícolas, cuja área não seja superior a 5.000m²” (Artigo 10º)

2.4 Caracterização e Evolução do TER

Tal como analisado no ponto 1 deste capítulo, verificaram-se alterações na União Europeia, com a aplicação de reformas estruturais promovidas pelos Fundos Estruturais, que objetivamente conseguiram trazer uma vida nova ao meio rural.

É certo que no imediato estas alterações trouxeram impacto e a seu tempo desenvolveram também um espírito de iniciativa empreendedora de entidades privadas. Cavaco (1999, p. 281), confronta-nos com essa realidade, ao afirmar que “o turismo é um setor económico de vocação essencialmente privada”. Isto em termos genéricos e englobando as diferentes formas de turismo mas outro autor, Silva (2006), refere que a maioria das unidades de TER são privadas. Esta é a primeira característica, o facto das empresas privadas dominarem o setor do turismo.

A segunda característica, esta mais específica do TER, é que os agentes económicos são de reduzida dimensão em comparação com agentes de outros produtos turísticos, e são essencialmente PME's. É fundamental que estas tenham um papel ativo na dinamização do negócio local, apesar de terem muito menos recursos que as grandes empresas. Ainda assim e, perante esta constatação, alguns autores como Middleton, Fyall e Morgan (2009), defendem

que as PME's estão em vantagem para dinamizar o meio rural em comparação com as últimas, já que cada projeto se assume como único e a importância de prestar um serviço de excelência torna-se indispensável para satisfazer o cliente ou outros intervenientes. Essa pode ser a chave que os distingue.

A terceira característica é que em termos globais existe pouca competitividade no TER, comparando com outro tipo de modalidades de hospedagem, e por essa razão diz-se que o setor público não faz uma aposta clara e continuada nestes. Ainda assim, ao longo dos últimos anos, é evidente a tentativa de modificar essa falta de interesse, uma vez que se um projeto for declarado interessante e competitivo, que este poderá ser cofinanciado pelos "Fundos Estruturais do Quadro de Referência Estratégico Nacional" (QREN).

Outra característica bem acentuada por *Middleton et al.*, é que o TER tem a capacidade de criar emprego que por sua vez torna a vida económica e social das comunidades mais atrativa. Mais emprego significa que as populações rurais se irão fixar mais facilmente. Isso potencia também o reencontro com a cultura e a tradição locais, na medida em que uma determinada zona rural ao ter a sua própria identidade cultural, será um motivo de interesse para um turista e logo passa a haver a necessidade de uma pessoa que seja capaz de transmitir esses valores.

Além dos aspetos práticos, como as alterações à legislação acima referida, pela mesma altura, começavam a destacar-se dados interessantes, os quais foram referidos pela OCDE em 1994, como importantes alterações comportamentais no turista. Fatores como o crescente nível de educação, o desenvolvimento de infraestruturas, o interesse pelo património e herança nos locais de destino, o aumento do tempo livre e de lazer, a crescente importância do meio ambiente do destino, sendo que o conceito de sustentabilidade está cada vez mais presente na mente do turista. Do lado da procura, existe um facto que é, na generalidade, a sociedade ter alterado o seu estilo de férias. Deixou de ter férias por períodos tão longos e passou a gozar de períodos mais curtos, de destinos rurais a distâncias mais curtas, que permitam o sossego e o contacto com a Natureza, que é algo considerado cada vez mais essencial para se fugir ao quotidiano.

É importante constatar que a procura foi motivada pela criação de condições. Como consequência, a oferta teve de dar resposta, e os promotores ou agentes ao perceberem que

se abriam portas, passaram a concretizar projetos direcionados para este segmento de mercado e à medida da procura.

Este interesse crescente tem também facilitado um maior entendimento entre os turistas e a população local. Cada vez mais, um turista quer estar informado sobre a cultura que vai visitar, e tem a informação mais à sua disposição que nunca, sem ter que se deslocar a qualquer intermediário/agente de viagens para pedir informações ou programar a sua viagem. Basta recorrer à internet para recolha de opiniões em web-sites especializados nessa matéria. Este interesse e partilha de opiniões tanto do mercado emissor como do recetor, em que os próprios TER comunicam com o cliente, permitem que exista um maior respeito pela ordem natural da vida local.

Nesta lógica de relação entre a oferta e a procura, Carvão (2009), destaca o aumento das viagens “tailor made” em que o cliente procura uma viagem à sua medida, uma viagem que ele sinta que foi desenhada para ele; cada vez mais o cliente busca não apenas um produto mas sim uma experiência completa, de beber a cultura onde vai estar, de chegar junto à população local, de aprender os seus hábitos. Em relação à aprendizagem da cultura, Eusébio & Kastenholz (2010), Loureiro (2010) e Jesus (2008), destacam que antes de chegar ao destino, o turista está cada vez mais informado sobre o que vai encontrar, facilitado obviamente pela vasta rede de informação que existe nos dias de hoje.

Feita a caracterização sobre o tema, interessa analisar a evolução do TER em Portugal. Importa considerá-la sobre diferentes perspetivas como seja: a) a evolução em termos de volume absoluto; b) a evolução da capacidade de alojamento; e c) evolução do número de dormidas. Para cada uma destas perspetivas, pode-se analisar a evolução por modalidade e por região em questão.

Para melhor entendimento dos diferentes quadros abaixo, importa referir, que houve uma alteração legislativa sobre a tipologia, pelo que nos quadros abaixo, os valores do Turismo no Espaço Rural (que começam em 2009), refletem a soma dos números do Agroturismo, Casas de Campo, Hotéis Rurais e Turismo de Aldeia, não entrando para estas contas o Turismo de Habitação.

Relativamente ao primeiro aspeto, nos últimos anos percebe-se que a evolução do número de estabelecimentos de Turismo de Habitação e TER por modalidade (ver na Tabela i) tem

informações díspares. Turismo de habitação, Agroturismo e Hotéis rurais não apresentam um crescimento sustentado, tendo variações positivas e negativas desde 2003 a 2012. Verifica-se um crescimento no número de Casas de Campo, que aumentou 220 unidades em 9 anos, desde 2003. Pode justificar-se este aumento com uma procura acentuada por esta modalidade ou poderão existir custos inferiores para os proprietários, relativamente às outras modalidades.

Se compararmos o número de estabelecimentos do Turismo de Habitação com os números do Turismo no Espaço Rural, é perceptível que o primeiro tem uma expressão muito menor (aproximadamente $\frac{1}{4}$ do número de estabelecimentos). Importa ainda referir, que entre 2003 e 2011, o número total de estabelecimentos aumentou, de 936 para 1182.

Tabela i - Evolução em termos do número de estabelecimentos de Turismo de Habitação e do TER, por modalidade

Modalidades	Anos									
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009*	2010*	2011*	2012(a)
Turismo de Habitação	246	247	248	232	232	233	250	243	237	197
Turismo no Espaço Rural**							941	943	945	704
Agro-Turismo	147	146	147	137	136	140	144	147	142	126
Casas de Campo	148	162	234	229	234	246	316	320	337	368
Hotéis Rurais	n.d	n.d	n.d	18	24	30	42	42	43	64
Outros ***	395	410	424	394	397	398	439	434	423	146
Total (Global)	936	965	1.053	1.010	1.023	1.047	1.191	1.186	1.182	901

Fonte: Turismo de Portugal; ** modalidade criada em 2009 de acordo com o diploma DL 228/09 14 Setembro; Outros*** inclui as modalidades de Turismo Rural e Turismo de Aldeia, que ainda não se reconverteram; n.d. dado não disponível; * dados revistos em 28-12-2012; (a) Fonte INE dados referentes ao Continente

Analisando a evolução do número de estabelecimentos de Turismo de Habitação e do TER por regiões (ver Tabela ii), percebe-se que este tipo de unidades estão mais concentrados na região Norte, seguidos do Centro e Alentejo. Durante o período em análise, mais de 40% dos estabelecimentos estão com centrados na região Norte, 20% na zona Centro e 15% na zona do Alentejo.

A região dos Açores revela um crescimento interessante, tendo um crescimento do número de estabelecimentos de quase duas vezes e meia, entre 2003 e 2011. A Madeira, tem vindo a

apresentar um crescimento absoluto mais marginal, com uma pequena descida de 2009 para 2010, mas não tem muita expressão, com apenas 51 estabelecimentos.

Algarve e Lisboa estão muito abaixo de todas estas regiões, podendo justificar-se por serem zonas urbanas (no Caso de Lisboa) e com muita oferta de Turismo de Massas, principalmente no caso de Algarve.

Tabela ii - Evolução em termos do número de estabelecimentos de Turismo de Habitação e do TER, por NUTS II

NUTS II	Anos									
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009*	2010*	2011*	2012(a)
Norte	412	429	461	450	448	459	495	498	485	406
Centro	237	240	244	220	224	232	264	262	257	209
Lisboa	33	31	28	26	27	27	26	26	24	48
Alentejo	141	145	166	161	161	166	203	204	215	196
Algarve	23	30	31	30	31	32	38	37	35	42
Açores	48	47	74	74	82	81	112	108	115	92 (b)
Madeira	42	43	49	49	49	49	53	51	51	52 c)
Total (Global)	936	965	1053	1.010	1.022	1.046	1.191	1.186	1.182	1.045

Fonte: Turismo de Portugal; * dados revistos em 28-12-2012; a) a partir de 2012 os dados passaram a ser recolhidos pelo INE (no Continente). Tendo em consideração que foram inquiridos os estabelecimentos do TER e do Turismo de Habitação, os resultados apresentam uma componente de estimativa de não resposta e consideram-se provisórias; b) fonte SREAçores c) DREMadeira média do ano 2012

Relativamente à evolução da oferta em termos do número de camas (ver Tabela iii), percebe-se que as Casas de Campo tiveram uma evolução assinalável, passando de 988 camas em 2003 para 2.447 camas em 2011.

Tabela iii - Evolução da capacidade de alojamento nos estabelecimentos de Turismo Habitação e TER, por modalidade (número de camas)

Modalidades	Anos									
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009*	2010*	2011*	2012(a)
Turismo de Habitação	2.733	2.775	2.838	2.678	2.719	2.733	2.924	2.882	3.004	2.777
Turismo no Espaço Rural**	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	10.250	10.362	10.491	9.708

Agro-Turismo	1.813	1.827	1.846	1.737	1.739	1.781	1.826	1.897	1.841	1.847
Casas de Campo	988	1.148	1.744	1.677	1.793	1.892	2.251	2.303	2.447	3.859
Hotéis Rurais	n.d.	n.d.	n.d.	666	934	1.111	1.506	1.506	1.614	2.227
Outros ***	3.803	4.065	4.364	4.084	4.142	4.174	4.667	4.656	4.589	1.775
Total (Global)	9.337	9.815	10.792	10.842	11.327	11.692	13.174	13.244	13.495	12.485

Fonte: Turismo de Portugal; ** modalidade criada em 2009 de acordo com o diploma DL 228/09 14 Setembro; Outros*** incluías modalidades de Turismo Rural e Turismo de Aldeia, que ainda não se reconverteram; n.d. dado não disponível; * dados revistos em 28-12-2012; (a) Fonte INE dados referentes ao Continente

Os Hotéis Rurais registavam uma oferta de 666 camas em 2006, e desde então também tiveram um aumento assinalável, para 2.227 camas em 2012.

Em termos gerais, a oferta global em termos de número de camas passou de 9.337 em 2003 para 13.485 em 2011.

Analisando sob o mesmo critério, pelo número de camas (tabela iv), mas atendendo às diferentes regiões, percebe-se que os níveis de grandeza são similares à distribuição do número de estabelecimentos: as regiões do Norte, Alentejo e Centro são as que oferecem um maior número de camas.

Ainda assim, nos últimos anos, a região do Alentejo superou a oferta da região Centro, passando a ser a segunda região com maior oferta de número de camas (3.007 em 2001 vs 2.985 para a Região Centro). De destacar ainda a oferta da Região Autónoma dos Açores, que durante o período em análise quase que triplicou.

Tabela iv - Evolução da capacidade de alojamento nos estabelecimentos de Turismo Habitação e TER, por NUT II (número de camas)

NUTS II	Anos									
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009*	2010*	2011*	2012 a)
Norte	3.992	4.231	4.647	4.809	4.741	4.841	5.296	5.369	5.282	5.115
Centro	2.430	2.525	2.570	2.354	2.501	2.656	3.014	2.991	2.985	2.819
Lisboa	333	333	297	281	335	335	320	320	286	667
Alentejo	1.576	1.649	1.880	1.986	2.102	2.201	2.691	2.701	3.007	3.140
Algarve	241	320	333	323	367	377	517	511	514	744
Açores	382	362	583	585	682	683	844	862	911	900 b)
Madeira	383	395	482	504	599	599	492	490	490	613 c)
Total (Global)	9.337	9.815	10.792	10.842	11.327	11.692	13.174	13.244	13.495	13.998

Fonte: Turismo de Portugal; * dados revistos em 28-12-2012; a) a partir de 2012 os dados passaram a ser recolhidos pelo INE (no Continente). Tendo em consideração que foram inquiridos os estabelecimentos do TER e do Turismo de Habitação, os resultados apresentam uma componente de estimativa de não resposta e consideram-se provisórias; b) fonte SREAçores c) DREMadeira média do ano 2012

Por último interessa analisar a procura, nomeadamente através da análise do número de dormidas nos diversos tipos de estabelecimento de TER e Turismo de Habitação (ver Tabela v e Tabela vi). Verifica-se que o Turismo Rural e Turismo de Aldeia tiveram um crescimento de 163.200 para 306.900 dormidas, entre 2003 e 2011. As casas de campo tiveram um maior crescimento de 80.600 para 286.000 no mesmo período, um crescimento de aproximadamente 260%. Em termos gerais, entre 2003 e 2011 o número de dormidas duplicou no conjunto de todos estes estabelecimentos.

Tabela v - Evolução do número de dormidas nos estabelecimentos de Turismo de Habitação e TER, por modalidade (milhares)

Modalidades	Anos									
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009*	2010*	2011*	2012 a)
Turismo de Habitação	127,6	113,0	108,5	108,1	138,1	103,4	114,7	123,6	123,4	140,0
Turismo no Espaço Rural**	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	712,4	704,4	825,3	705,0
Agro-Turismo	86,2	68,2	72,5	69,9	91,6	64,1	116,0	100,1	123,5	115,0
Casas de Campo	80,6	62,1	95,6	116,4	130,2	101,4	172,5	183,3	210,8	286,0
Hotéis Rurais	n.d.	n.d.	n.d.	50,4	115,9	98,9	188,1	178,1	184,1	182,0
Outros ***	163,2	136,0	175,0	172,2	188,7	155,7	235,8	242,9	306,9	122,0
Total (Global)	457,5	389,3	425,5	517,1	646,5	523,5	827,1	828,0	948,7	845,0

Fonte: Turismo de Portugal; ** modalidade criada em 2009 de acordo com o diploma DL 228/09 14 Setembro; Outros*** inclui as modalidades de Turismo Rural e Turismo de Aldeia, que ainda não se reverteram; n.d. dado não disponível; * dados revistos em 28-12-2012; (a) Fonte INE dados referentes ao Continente

Analisando os mesmos dados, mas atendendo ao critério das regiões, é perceptível que o Norte ocupa o primeiro lugar em termos de importância, e regista o maior aumento em termos de volume e percentual relativamente ao número de dormidas. Passa de 144.000 dormidas anuais em 2003 para 332.000 dormidas em 2012. Segue-se o Alentejo, com uma subida de 96.100 dormidas para 216.000 dormidas em 2011 e logo de seguida a região Centro, com números não muito distantes.

A região de Lisboa, salvo exceções em anos como 2003 e 2004, registou o pior desempenho em comparação, com outras regiões também menos procuradas, como são o caso do Algarve e Açores.

Tabela vi - Evolução do número de dormidas nos estabelecimentos de Turismo de Habitação e TER, por região em milhares (NUT II)

NUTS II	Anos									
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009*	2010*	2011*	2012 a)
Norte	144,0	128,5	130,6	151,8	170,8	159,1	248,1	252,0	291,4	332,0
Centro	93,1	75,1	102,8	94,0	122,5	108,1	162,6	149,2	144,6	176,0
Lisboa	35,4	36,6	24,8	33,6	38,9	26,5	16,0	19,9	33,1	56,0
Alentejo	96,1	76,0	90,0	115,5	190,4	124,6	222,1	234,4	216,0	203,0
Algarve	30,8	23,7	33,0	37,5	44,6	27,6	77,4	63,1	69,6	77,0
Açores	21,5	20,9	27,0	35,2	45,3	29,0	39,8	37,4	n.d.	6,7 b)
Madeira	37,4	28,6	44,2	49,5	51,8	48,5	61,1	72,1	n.d.	54,8 c)
Total (Global)	457,5	389,3	452,5	517,1	664,5	523,5	827,1	828,0	948,7	905,5

Fonte: Turismo de Portugal; * dados revistos em 28-12-2012; a) a partir de 2012 os dados passaram a ser recolhidos pelo INE (no Continente). Tendo em consideração que foram inquiridos os estabelecimentos do TER e do Turismo de Habitação, os resultados apresentam uma componente de estimativa de não resposta e consideram-se provisórias; b) fonte SREAçores c) DREMadeira média do ano 2012

2.5 Impactos socioculturais, económicos e ambientais

O Turismo no Espaço Rural apareceu, tal como se fez referência no ponto da caracterização do TER, na década de oitenta, por impulso da alteração da legislação, e também pela própria evolução do mercado. Tal como Fleischer & Pizam (1997) referem, o turismo rural beneficiou destas circunstâncias e foi impulsionado com elevadas taxas de crescimento. Outros autores, como Sharpley (2002, p.233) reforça que o TER deve ser encarado como “um mecanismo efetivo de rendimento e emprego, particularmente nas áreas onde a atividade agrária está em declínio.”.

O turismo rural pode afirmar-se como sendo abrangente, que pelas suas características pode tornar-se atrativo dos pontos de vista: i) recreativo, na medida em que o espaço ao ar livre/o campo, permitem que aí se desenvolvam atividades de lazer e descontração que na cidade se torna difícil; ii) cultural, uma vez que o campo tem tradições seculares, e estes costumes e hábitos são algo muito próprio e o turista tem aquela oportunidade para ver algo único e irrepetível; iii) da saúde e bem-estar, porque associados a esta área está o descanso, o sossego e a revitalização do corpo e do espírito e o meio rural remete para esta condição; iv) do

desporto e aventura, porque naturalmente o ar do campo é mais fresco e puro, e o turista está mais receptivo à sua prática.

O facto de o turismo reunir esta oferta, permite ao turista sentir que tem à sua disposição um leque de escolha maior. Esta condição é muito benéfica para quem oferece o serviço porque quando o consumidor tem mais escolha, torna-se mais confiante e certo das opções que tem. Ao sentir que está a escolher um produto e não está obrigado a comprar apenas aquilo que tem à sua disposição, o consumidor torna-se mais predisposto para posteriormente comprar outros serviços complementares. Por exemplo, se um turista está num determinado Turismo Rural e tem à sua disposição um desporto que possa praticar, é natural que o cansaço o leve a tomar a decisão de relaxar em seguida, e se houver um serviço complementar de SPA, a probabilidade de, na perspetiva da oferta, eu rentabilizar esta área aumenta bastante.

Outra questão importante, tem a ver com o facto de na perspetiva de quem vende serviços, quando os clientes têm disponíveis várias atratividades, não estão a ser abordados como nichos de mercado mas, pelo contrário, estão a ser abrangidos por um maior número de segmentos de mercado.

A oferta variada que este tipo de turismo tem torna importante que exista ao nível do emprego uma mão-de-obra variada e especializada, não só nos departamentos considerados vitais para o funcionamento de uma qualquer modalidade de hospedagem (como receção, serviço de bar, de restaurante ou de limpeza), mas também em áreas de recreação, de bem-estar e saúde, de lazer. O turismo rural pode permitir a criação de novos empregos, e muitas vezes são pessoas locais, que conhecem a sua terra como ninguém e têm a capacidade de transmitir as suas vivências e experiência ao hóspede. Tal como afirma Komppula (2004), o turismo rural “contribui para a manutenção dos serviços locais e redução do êxodo rural”.

Outro aspeto interessante tem a ver com o benefício que o TER tem na agricultura. Esta, em determinadas zonas, serve apenas o consumo próprio das próprias localidades. O aparecimento de um TER numa zona rural exige que produção local seja superior para dar resposta às necessidades que os hóspedes têm em consumir os produtos finais, que antes de transformados vêm da agricultura local. A este nível deve existir uma sinergia, porque senão o responsável pelo TER em questão, poderá ir comprar facilmente matéria-prima a um grossista que lhe proporcione condições mais favoráveis, dada a sua escala e volume de vendas ser superior. Dessa forma, o turismo rural pode ter a capacidade de promover a agricultura. Silva

(2005, 2006) e Pato (2012) destacam que em Portugal, muitos promotores turísticos ligados às explorações agrícolas, recebem rendimentos tanto pela prestação do serviço turístico, mas também pela venda de produtos agroalimentares aos turistas.

Sob o ponto de vista sociocultural, uma determinada zona rural que tenha um património histórico e cultural, certamente que tem interesse em perservá-lo. Mais ainda, se esse património for em parte a razão pela qual um turista tem interesse em visitar a zona. Por isso, o turismo rural tem a capacidade, ainda que indireta, de fortalecer a identidade cultural de um território (Komppula, 2007).

Complementarmente, do ponto de vista cultural, o turismo rural também pode ter a capacidade de preservar a gastronomia tradicional, uma vez que essa é outra razão pela qual os turistas visitam um determinado destino (cf. Cristóvão, et al., 2008; Silva, 2005, 2006; Pato, 2012). Este fator, em Portugal, deverá ter contornos significativos dada a importância da gastronomia na cultura nacional.

Em termos sociais, a atividade turística tem mantido os laços entre a “terra” e os jovens que a deixaram na busca de oportunidades de uma vida melhor. Ao criar emprego fez com que estes voltassem a querer viver no campo. Assim, o turismo rural tem ajudado a minimizar o êxodo rural.

Os impactos económicos são muito importantes, porque caso estes não fossem positivos não seria do interesse de nenhum dos agentes envolvidos que um determinado TER fosse concretizado. O TER tem a capacidade de gerar uma fonte de rendimentos alternativos e suplementares, de criar emprego, de permitir que a economia rural se diversifique, assim como as atividades da exploração agrícola, ajuda na manutenção dos serviços e atividades locais, impulsiona a manutenção da população nos territórios rurais.

Tal como refere Nilsson (2002, p.13) e, especificando uma modalidade de hospedagem do TER: “Muitos estudos mostram que o Agroturismo é um bom negócio e dá um contributo importante para a economia local (...)”.

Deve ter-se em conta que os impactos económicos que se fazem sentir, também podem ter um carácter negativo. Segundo Roberts e Hall (2003), os resultados podem ser a inflação dos preços locais e especulação sobre os preços (em especial durante o período de maior afluência turística), o carácter temporal dos trabalhos (tendo influência ao nível da oferta de emprego),

e a excessiva dependência da atividade turística (com desvalorização de outras atividades económicas locais).

Relativamente aos impactos ambientais, é uma discussão que também faz as opiniões divergirem. Uma determinada unidade turística quando se impõe numa região, traz modificações à paisagem e à Natureza que lá se encontra. Importa não considerar apenas a parte física de uma paisagem, há que considerar o ambiente natural, o ambiente agrícola, os animais selvagens que se encontram, o ambiente construído e os recursos naturais. Quando analisamos os impactos que o TER tem, há que analisar todas estas componentes. Alguns autores como Page & Getz (1997), consideram que, naturalmente, com o movimento de pessoas a entrar e a sair da região pode ser destrutivo para os recursos, uma vez que estes, segundo Lane (1994) são frágeis. Verifica-se ao nível ambiental, a maior discussão entre os agentes envolvidos. Os promotores da atividade, que têm interesse em promover o seu negócio encontram nos grupos ecologistas os seus opositores, e têm acontecido muitos casos que têm que ser resolvidos na justiça. Assim, cada TER deve revestir-se de um carácter sustentável, que respeite o bom funcionamento natural. Deve contribuir para a melhoria da imagem do lugar em causa. Ferreira (2004) e Silva (2005,2006) referem que uma das mais-valias do turismo rural em Portugal, consiste na recuperação de imóveis antigos, já degradados para os colocar ao serviço do turismo. Certamente que se o turismo não ajudasse, muitas ruínas se manteriam nestas regiões.

No que aos agentes envolvidos na atividade turística se refere, os promotores ou *players*, podem ter motivações diferentes no projeto em que estão envolvidos. Há uma diferença de atitude entre alguns, quando se pensa no propósito do seu projeto. Enquanto proprietários, alguns veem no Turismo Rural uma forma de crescimento e rentabilidade do seu negócio, outros identificam nele uma forma de manter um estilo de vida tranquilo, no campo, junto às suas origens ou na busca de um sossego que a cidade nunca lhes proporcionou. Normalmente estes trazem consigo a família, transformando-o num negócio em conjunto, onde a maior parte participa na atividade.

Os últimos estão pouco motivados pela maximização do lucro e/ou crescimento da empresa (Ateljevic & Doorne, 2000; Kommpula, 2004) ou crescimento das empresas. Alguns autores Hollick e Braun (2005) associam estes negócios a maus desempenhos, porque a tomada de decisão destes promotores normalmente é feita com coração e não com a razão, pretendendo um “estilo de vida” tranquilo, não se preocupando com as repercussões que as suas decisões

vão ter no produto turístico oferecido. Ainda assim, outros autores como Peters, Grehse e Buhalis (2009), defendem que a contribuição destes promotores não deve ser desvalorizada.

De referir que alguns autores como Joaquim (1999), Mesquita (2009) e Silva (2006), consideram que o proprietário “estilo de vida” está também focado por vezes apenas na recuperação e conservação do seu próprio património pessoal ou familiar, não aproveitando para também diversificar a própria atividade e por sua vez a economia local.

Relativamente aos impactos, não é consensual entre os autores que os benefícios existentes sejam tão evidentes. Para alguns autores, como Cristovão (1999) e Moreira (1994), o pouco impacto é fruto da elitização da atividade. Entendem que estes não se envolvem com a comunidade local, não complementam a sua oferta com as atividades agrícolas e estão desenraizados da economia e cultura local. Cristovão (2002), acrescenta que a Natureza e Ruralidade existem e são elas que atraem os turistas mas, que da parte dos promotores falta a animação e a inserção dos produtos tradicionais de qualidade no comércio local. Reconhece que os esforços têm sido feitos no sentido de melhorar/eliminar essas lacunas, no entanto “a oferta existente não está ainda preparada para responder às novas procuras” (Cristóvão *et al.*, 2008). Silva (2005, 2006) também critica o ponto de vista dos promotores ao dizerem que o setor cria postos de trabalho significativos, e que o investimento realizado em Portugal é exagerado face aos resultados obtidos. Outros também são críticos, como Page e Getz (1997, p.12), que apontam “os rendimentos escassos, a volatilidade, os efeitos multiplicadores baixos, os baixos salários, a mão-de-obra importada e o conservadorismo dos investidores” como pontos negativos e que devem servir também para analisar este assunto com uma perspectiva mais realista. Em Portugal, Mesquita (2009), Silva (2005, 2006) e Silvano (2006), concordam que a atividade não se afirmou e que não é capaz de criar emprego e revitalizar as zonas rurais, sob o ponto de vista económico.

Assim, entende-se que o TER não é a solução para os problemas das zonas rurais mas sim uma atividade que ajuda a melhorar o seu desempenho. Deverá existir um esforço concertado, entre promotor e entidades locais mas também entre os próprios promotores, que poderão concorrer pelos mesmos clientes. Até poderão não sê-lo, dado o potencial e dimensão do mercado existente e por isso há que trabalhar em conjunto para promover o destino em conjunto. Depois de este passar a ser reconhecido pelo mercado, pela sua oferta e variedade, aí sim, cada um se deverá mostrar as suas valências e ganhar quota de mercado.

3 Metodologia

Terminada a revisão bibliográfica, o passo seguinte foi avançar da teoria à prática e entender num caso concreto, em que medida se aplicava ou não aquilo que já foi estudado. Entendi ser importante seguir a metodologia de investigação com base no estudo de um caso, e Yin (2005) defende muito esta forma de investigação. Ele define o estudo de caso como “uma investigação empírica que estuda um fenómeno contemporâneo dentro do contexto de vida real de vida, especialmente quando as fronteiras entre o fenómeno e o contexto não são absolutamente evidentes” (Yin, 2005 p.380). Para tal, pode recorrer-se a enúmeras fontes que nos vão dar evidências e informações, e inclusivamente passar a testar as teorias (Eisenhardt, 1989).

Também Dooley (2002) defende que ao optarmos pelo estudo de caso temos uma maior facilidade em a fazer o paralelo com situações do dia-a-dia, como forma de desenvolver uma nova teoria para explicar determinada situação, ou descrever um objecto/fenómeno.

Para Yin (2005), os estudos de caso podem ser descritos de diferentes formas, dependendo da sua natureza, como seja exploratórios, descritivos, explicativos e avaliativos. Podem também divergir entre si, sendo que podem ser de caso único, múltiplo ou comparativo.

No caso que a seguir se descreve, o estudo exploratório é feito sobre um caso único: quais os impactos que a Herdade da Cortesia, enquanto TER, teve na região de Avis. A obtenção dos dados foi com feita base em entrevistas semiestruturadas ao proprietário da Herdade de Avis, assim como à presidente da Junta de Freguesia de Avis e a um fornecedor local.

Entrevistado	Data da Entrevista	Forma de contacto	Duração da entrevista	Objetivos
Proprietário Nome: Pedro Alte da Veiga	3 de Maio de 2014	Presencialmente em Avis	Cerca de 3 horas	Entender: - Qual o sucesso da Herdade; - Impactos sobre a região;
Técnica Superior da Camara Municipal de Avis Nome: Ana Balão	6 de Janeiro de 2015	Por Email	-	Entender: - Quais os impactos da da Herdade na região sobre o emprego, comércio local, ambiental - Intervenção da Câmara neste projeto; - Interação relação socio-cultural do turista com a população local
Presidente Junta de Freguesia Avis Nome: Anabela Pires	24 de Maio de 2014	Por Email	-	Entender: - De que forma foi vista a chegada da Herdade; - Impactos sobre a região
Fornecedora local "Avispão" Nome: Joaquina Martins	24 de Maio de 2014	Presencialmente em Avis	Cerca de 1 hora	Entender: - De que forma beneficiou com a entrada deste cliente no mercado
Fornecedor local "Rovisco Garcia" Nome: Sofia Garret	12 de Janeiro 2015	Por telefone	Cerca de 30 minutos	Entender: - De que forma beneficiou com a entrada deste cliente no mercado
Fornecedor local "Herdade Fonte Paredes" Nome: Mónica Bértolo	12 de Janeiro 2015	Por telefone	Cerca de 30 minutos	Entender: - De que forma beneficiou com a entrada deste cliente no mercado

O alinhamento das questões colocadas apresenta-se em anexo. Os resultados produzidos são praticamente todos de natureza qualitativa. Esta triangulação de fontes está de acordo com o

que Yin (2005) refere, porque permite o desenvolvimento de linhas convergentes de investigação, procurando-se a obtenção de dados, o mais objetivos e credíveis possível.

4 Apresentação do Caso

O caso que a seguir é desenvolvido, foi fruto da experiência enquanto hóspede da Herdade da Cortesia, localizado em Avis no Alentejo, no Verão de 2013. A estadia, foi muito mais do que ficar hospedado numa unidade rural, tornou-se uma experiência pelo acolhimento, simpatia, tranquilidade que se sente neste lugar. Sem dúvida que toda a envolvente ajuda e que cada minuto passado num lugar tão tranquilo contribui para revitalizar o corpo e a mente por um lado, e por outro, como o tempo como que parece parar, permite desenvolver a nossa criatividade, pelo que foi enquanto hóspede que surgiu a inspiração e a vontade de desenvolver esta temática.

A entrada na vila de Avis, faz-nos quase não pensar na hipótese de existir um turismo rural tão desenvolvido arquitetonicamente ali tão perto. A vila parece parada no tempo, e a vida existente à primeira vista, é toda feita pela população local. No entanto, ao longo destes dois dias aqui passados, pelo contacto com o comércio local, com a restauração, com as “gentes locais” percebe-se que existe a presença de estrangeiros, que certamente não são passantes, porque é uma vila numa zona bastante interior do país, e que ficam alojados nas diferentes modalidades de hospedagem ali perto.

Desde logo chama-nos à atenção a existência desta Herdade “num lugar tão perdido”, e as razões para o seu aparecimento foram questionadas. Numa vila inserida numa zona interior como esta, é natural que quem melhor sabe dar as respostas sejam a população local, que são mais sensíveis às alterações do dia-a-dia, por isso interessava perceber junto desta, como é que a Vila entendia a chegada deste empreendimento e a opinião era unânime: a vila de Avis já não era a mesma desde o aparecimento da Herdade da Cortesia em 2009.

4.1 Avis como Destino Rural

Num contexto geográfico, Avis é uma vila portuguesa no distrito de Portalegre, região Alentejo e sub-região do Alto Alentejo, com cerca de 1 800 habitantes. O município de Avis é composto

por 6 freguesias: Alcôrrego e Maranhão, Aldeia Velha, Avis, Benavila e Valongo, Ervedal e Figueira e Barros.

Num contexto Histórico-Cultural, Avis é uma vila com um passado rico e isso é visível no presente, pelos vários vestígios arqueológicos encontrados e que comprovam a sua ancestralidade por todo o concelho, com vários monumentos megalíticos e vestígios de populações bem antigas. Posteriormente e no Séc. XIII, tomou um lugar importante na história por ter nascido aqui a Ordem de São Bento de Avis. Este foi um nome de uma das Ordens Militares mais importantes e emblemáticas dinastias portuguesas. Logo após a conquista de Portugal aos Mouros, por D. Afonso Henriques, tornou-se necessária a existências de Ordens espalhadas pelo país, compostas por cavaleiros portugueses, estando também muito associadas tanto ao foro religioso como ao militar, para defender o país contra eventuais ataques.

Atualmente a vila, de traçado medieval, nos seus tons de branco, pelas casas de campo, com faixas coloridas de amarelo ou azul, típico de casas alentejanas, respira história, estando à vista de todos que por lá passam por exemplo as ruínas do Convento de S. Bento de Avis, cuja origem remonta a 1211, o edifício hoje ocupado pelos Paços do Concelho, que fez outrora parte da residência dos Mestres da Ordem de Avis, a Igreja Matriz e o bonito Pelourinho, mostrando orgulhosos o encanto Alentejano.

Avis, de facto, nunca foi uma zona demarcadamente turística, ainda que neste Município existisse, ainda antes do aparecimento da Herdade da Cortesia, duas casas de campo, Monte do Ramalho e Quinta do Fontanário e duas unidades de Agroturismo, Monte Padrão e Monte Pêro Viegas.

Podem encontrar-se algumas razões para o pouco fluxo turístico na região, regra geral, as unidades de alojamento em zonas interiores do país, servem essencialmente um segmento de mercado muito específico que são as famílias, e estão muito dependentes de condições climatéricas favoráveis para que este segmento queira usufruir de alguns dias de descanso. Além de que, estas unidades dispõem no máximo de um total de dez quartos, e também não procuram a sua própria promoção/posicionamento em termos de marketing, por não terem o seu próprio Web-site por exemplo, ou não estarem visíveis em canais de distribuição conhecidos como *Booking.com* ou *Expedia*. É certo que, tal como visto anteriormente, muitos

proprietários destas unidades não têm como objetivo resultados extraordinários mas sim, desfrutar do campo e do seu sossego.

Surge a Herdade da Cortesia em 2009, que pela forma como entrou no mercado, com uma aposta clara num segmento de mercado por descobrir na região do Alentejo, e que pudesse contrariar a sazonalidade, veio trazer uma “lufada de ar fresco” a esta vila e a convencer os seus habitantes da importância que é estarmos de braços abertos ao mundo.

4.2 História e caracterização da Herdade da Cortesia

Desde 2004 que o projeto da Herdade da Cortesia foi desenhado por Pedro Alte da Veiga e pelo seu cunhado. Surgiu a ideia de tornar Avis um destino para praticantes do desporto de remo. Aliás, Avis na opinião do proprietário, tinha as condições ideais para se tornar num destino de eleição para praticantes profissionais deste desporto. O remo era algo que fazia parte da vida do seu cunhado, desporto que praticava na barragem do Maranhão em Avis.

O destino em nada estava relacionado com este ou outro tipo de prática desportiva e na altura não podiam imaginar que poderia tornar-se.



Figura 1 - Vista aérea do Herdade da Cortesia e da Barragem do Maranhão



Figura 2 - Entrada principal da Herdade



Figura 3 – Vista do interior do Hotel

Por essa altura, conseguiram desenvolver alguns contactos com praticantes de remo, fora de Portugal e convencê-los a vir conhecer o nosso país. Inicialmente, começaram por conseguir alojamento local para eles e não passava de um intercâmbio de experiências entre pessoas com interesses em comum mas cedo se percebeu que, dado o interesse dos turistas, poderia resultar num projeto turístico.

Amadureceram a ideia e em 2005, falaram com a Camara Municipal de Avis, que se interessou pela ideia de se desenvolver o turismo na localidade, e dado que pouca ou nenhuma oferta qualificada existia até ao momento, a ideia transformou-se em algo mais concreto. Por essa altura, a Câmara apresentou duas ou três sugestões de espaços e chegaram a um entendimento. Em 2006, avançaram para a compra do espaço com Capitais Próprios e de terceiros. Formaram uma sociedade, em conjunto com outra pessoa, com experiência em Gestão e fizeram um Plano de Negócios.



Figura 4 - Vista do Pôr do Sol no terraço



Figura 5 – Vista exterior dos quartos

Em 2008, o projeto foi erguido. Abertura do Hotel em Janeiro de 2009 logo com duas equipas de remo inglesas. Logo no primeiro ano, em 2009, ganharam um segundo lugar nos prémios promovidos pelo Turismo de Portugal para Melhor projeto privado, à frente do Hotel Altis Belém (5 estrelas) e atrás do Hotel Tivoli Victoria.



Figura 6- Envolvente da Herdade da Cortesia

O facto de terem inicialmente investido capitais próprios e alheios, tornou possível a concretização deste sonho. No entanto, e no âmbito dos Fundos do QREN, conseguiram a

aprovação de fundos do FEDER a fundo perdido, dado que o projeto cumpria requisitos como: - investir numa região interior do país; - ter eficiência energética; - aumentar a taxa de emprego na localidade; Este fundo, ainda assim, só foi disponibilizado quatro anos depois da abertura da Herdade.

Desde a abertura da Herdade que sentiram dificuldades em envolver as pessoas de Avis, principalmente os fornecedores locais, e passar-lhes a mensagem da importância para que este projeto tivesse sucesso, não só para que todos os intervenientes ficassem a ganhar mas também para que o destino ficasse a ganhar e passasse a ser conhecido como um lugar para o turismo. A educação das pessoas foi a sua maior dificuldade. O destino está pouco habituado/preparado para dar resposta a uma maior procura turística e a título de exemplo, o proprietário referiu a pouca oferta nas imediações de serviços de lavandaria por exemplo, e por isso o mais natural é recorrer a cidades mais próximas como Portalegre ou Évora. O último está bem preparado e por isso consegue dar resposta, já o primeiro não. Nesse sentido há alguma limitação.

Importa que os fatores positivos têm sido mais que os negativos. De realçar que em termos de taxas de ocupação, em média anual, têm cerca de 50 a 55%, o que para uma região interior do país é assinalável, fruto por um lado das equipas de remo internacionais que vêm fazer os seus estágios, durante cerca de 15 dias, em alturas de época baixa, por outro, pelas reuniões de empresas, que se deslocam à Herdade para realizar um incentivo aos seus membros, e ainda pelos clientes que simplesmente vêm fazer o seu “short break” e aproveitar um fim-de-semana para descansar. A opinião de cada um destes segmentos de mercado reflete-se nas suas avaliações muito positivas que colocam em web-sites como a *Booking.com* ou o *TripAdvisor*.

De futuro esperam conseguir explorar outras áreas de atividade, para tornar a oferta da Herdade mais completa e com capacidade de dar resposta a um cliente cada vez mais exigente, como seja a área equestre ou ainda a área de exploração agrícola.

A Herdade da Cortesia é uma unidade do TER de 4 estrelas. O edifício insere-se perfeitamente na paisagem, estando as suas formas em harmonia com a Natureza. Dispõe no total de 30 quartos, todos ao nível do solo, em média com 25 m² de tamanho, com uma varanda para o exterior que por sua vez termina num jardim comum a todos os quartos. Dado que 90% dos clientes de Novembro a Abril, são as equipas de remo, a construção dos diferentes espaços na

Herdade foi feita a pensar neste segmento de mercado, como as portas dos quartos terem 2,5 metros de altura, ou nas casas-de-banho, os lavatórios serem em média 20 a 25 centímetros mais altos que o normal, as camas serem todas de tamanho *Queen Size*, uma vez que os atletas são pessoas com estatura elevada. A configuração das varandas, em que nenhuma se encontra, torna o descanso de cada hóspede ainda maior.

Lá fora, o contacto com os animais selvagens é constante, pode ouvir-se bem perto o cantar dos pássaros que por ali voam.

A decoração dos quartos remete-nos para cores quentes, que nos fazem lembrar a terra, o contacto com a Natureza. Surpreende-nos no quarto uma referência ao pequeno-almoço “Aqui não tem horas”. É de facto um pormenor fantástico, certamente valorizado pelos clientes, porque o cliente, quando o entender, poderá ir tomar o pequeno-almoço até à hora da refeição do almoço. Num local que apela à tranquilidade e sossego, não existir horas contribui muito para essa sensação.

Existe um restaurante, de nome “180º”, onde além do pequeno-almoço, existe ao almoço e ao jantar uma gastronomia regional ou internacional. Entre aquilo que existe na carta, o chefe faz recomendação para alguns pratos como: empada de perdiz, lombinho de porco preto com pastel de farinheira, costeletas de borrego com migas de espargos, migas de bacalhau com cação, sopa de cação e sopa de tomate.

Enquanto comodidades, existe ainda uma piscina “que não tem fim”, ao estilo de uma cascata, um ginásio para exercitar o corpo e uma série de atividades recomendadas pela Herdade, como: o passeio a balão de ar quente, um passeio de charrete, aula de volteio, tiro com arco, bicicletas, passeios de barco e/ou de canoa na barragem e ainda aula de remo.

Existe ainda uma sala de reuniões, com cerca de 100 m², que permite a realização de reuniões ou incentivos de empresas, captando assim um segmento de mercado importante que pode ajudar a contrariar a sazonalidade que se verifica na região.

5 Discussão do caso

Neste capítulo pretende-se cruzar a informação estudada ao longo do capítulo da revisão da literatura, com as informações que os entrevistados prestaram durante as entrevistas.

Será apresentada uma análise do impacto ao nível económico, sociocultural e ambiental, que a Herdade teve na região de Avis, considerando a opinião de todos os entrevistados.

Um dos impactos que ficou mais claro nas entrevistas foi ao nível económico. A destacar o crescimento do emprego, por todos os entrevistados. Esta conclusão está de acordo com o que diversos autores argumentam. Por exemplo Sharpley (2002, p. 233), reforça que o TER deve ser encarado como “um mecanismo efetivo de rendimento e emprego, particularmente nas áreas onde a atividade agrária está em declínio”.

“A Herdade conta com 23 funcionários a tempo inteiro, ao contrário da tendência atual de contratar temporariamente. Dessa forma impulsionamos o crescimento do emprego local.” – Pedro Veiga, Proprietário, 3/5/14

“Criou emprego diferenciado em áreas de restauração, hotelaria e mesmo na área desportiva; algo que era pouco visível, com os contornos de profissionalismo e qualificações exigidas neste campo. Veio criar postos de trabalho novos, em número, em funções e níveis de exigência” – Anabela Pires, Presidente da Junta de Freguesia, 24/5/14

“Desde o aparecimento da Herdade da Cortesia, que tivemos que contratar mais um padeiro para dar resposta à procura. Aumentámos cerca de 50% a nossa faturação.” – Joaquina Martins, Fornecedor, 24/5/14

“O facto da Herdade da Cortesia Hotel se ter instalado em Avis teve impactos diretos nos postos de trabalho criados, especialmente, junto de uma camada populacional mais jovem, com níveis de habilitações académicas mais elevadas do que a generalidade da população”. – Ana Balão, Técnica Superior Divisão Sociocultural Câmara Municipal de Avis, 6/01/15

“ A Herdade foi um lufada de ar fresco na vila de Avis e principalmente para nós porque: localmente, a procura do Azeite era feita essencialmente pelos restaurantes, sem grandes oscilações nas quantidades encomendadas, e desde a

chegada da Herdade, que se fez sentir um aumento da procura, porque entendemos que o seu cliente tipo era os desportistas do remo, e o azeite é essencial na sua dieta.” – Sofia Garrett, Director Geral da Rovisco Garcia, 12/01/15

“A Herdade Fonte Paredes, enquanto fornecedora de vinhos para a Herdade da Cortesia, desde cedo entendeu que havia que apostar numa linha premium, dado que o seu target eram clientes de topo. Nesse sentido crescemos 20%.” – Mónica Bértolo, Directora Vendas e Marketing, 12/01/15

A par do crescimento do emprego nas zonas rurais, assinala-se a dinamização do comércio local generalizado, um crescimento da economia local, nos mais diferentes setores. Este impacto é identificado por Nilsson (2002, p.13), que aponta “muitos estudos mostram que o Agroturismo é um bom negócio e dá um contributo importante para a economia local (...)”.

“Desde a abertura da Herdade da Cortesia Hotel surgiram novas empresas no Concelho (com capacidade de serem fornecedoras deste estabelecimento hoteleiro) mas não temos dados que nos permitam ligar diretamente e de forma causal os dois fenómenos.” - Ana Balão, Técnica Superior Divisão Sociocultural Câmara Municipal de Avis, 6/01/15

“Foi interessante verificar, que passámos a ter várias visitas à nossa Herdade do Monte Novo e Conqueiro, de clientes da Herdade da Cortesia, clientes estrangeiros e requintados, que sabem a importância que o azeite tem na alimentação dos portugueses, e isso faz com que queiram levar recordações típicas do nosso país”. – Sofia Garrett, Director Geral da Rovisco Garcia, 12/01/15

“Sentiu-se um boom nas vendas para os revendedores, com a chegada da Herdade, porque muitos clientes/turistas, iam com indicação dos nossos vinhos. A nossa produção local era pouca e vendíamos muito para fora, mas a Herdade teve a capacidade de nos promover indiretamente, o que é fantástico por não existir custos de marketing.” – Mónica Bértolo, Directora Vendas e Marketing, 12/01/15

Outros autores, Valente e Figueiredo (2003, pp. 95-106), procuram mostrar que “o turismo surge como uma das novas funções do espaço rural e constitui uma das

prioridades estratégicas do desenvolvimento rural pelo papel que poderá ter no potencial cultural e ambiental das áreas rurais e na promoção do desenvolvimento socioeconómico”

“As pessoas acarinharam e têm orgulho deste projeto, sobretudo porque além dos postos de trabalho direto, o hotel dinamiza o comércio local e também outras áreas de atividade, como a pequena agricultura, as adegas, o turismo, a restauração. Não dispomos de números, mas os ganhos são consideráveis, principalmente na área do comércio e da restauração e da divulgação dos produtos locais, como o vinho, o azeite, os enchidos, o pão, o mel, as compotas e os licores.” – Anabela Pires, Presidente da Junta de Freguesia, 24/5/14

“A Herdade da Cortesia Hotel teve, desde início, uma postura de aproveitar as potencialidades e os recursos locais no empreendimento turístico, como se poderá verificar quer pelos fornecedores de pão, vinho, enchidos... facto que naturalmente, tem impactos ao nível do emprego e da riqueza gerada no Concelho. Por outro lado, é uma forma de se promoverem e dar visibilidade aos recursos locais.” – Ana Balão, Técnica Superior Divisão Sociocultural Câmara Municipal de Avis, 6/01/15

“Desenvolvemos uma série de ações/prova de vinhos no mercado local, como forma de nos promovermos enquanto parceiros e isso aproximou-nos da população local” – Mónica Bértolo, Directora Vendas e Marketing, 12/01/15

Outro impacto muito importante, e que muitas vezes pode tornar mais difícil a entrada de um TER numa determinada zona rural é a nível sociocultural.

“Uma das maiores dificuldades que tivemos desde o início foi conseguir mudar a educação das pessoas, no sentido de envolvê-las neste projeto. O destino está pouco habituado/preparado para dar resposta a uma maior procura turística e isso notou se na procura de fornecedores locais” – Pedro Veiga, Proprietário, 3/5/14

“Houve preocupação em envolver a população local. Como a prática do remo era algo quase completamente desconhecido, resolveram colocar em prática os seus conhecimentos e ensiná-los nas escolas. Na própria Herdade, têm uma escola de

remo que atrai os locais e desenvolve neles um espírito para a prática do desporto.” – Anabela Pires, Presidente da Junta de Freguesia, 24/5/14

“Sempre houve disponibilidade para Herdade e Câmara, especialmente em eventos desportivos ligados à atividade de remo, em actividades de promoção do Concelho e em actividades pedagógicas, através das ludotecas municipais (estruturas de apoio à infância e juventude da área do município). A Herdade da Cortesia colabora com outras entidades locais, nomeadamente: Associações e colectividades e especialmente, com a Escola Mestre de Avis.” – Ana Balão, Técnica Superior Divisão Sociocultural Câmara Municipal de Avis, 6/01/15

“A opinião que tenho sobre o impacto que a Herdade teve a este nível, foi o aproximar da população local com as suas origens..esta passou a ter de mostrar o que de melhor podemos fazer na nossa terra.” – Sofia Garrett, Director Geral da Rovisco Garcia, 12/01/15

“Até à chegada da Herdade da Cortesia, Avis era uma vila pacata, com pouco movimento. O que é certo é que tudo isso mudou...Passou a circular muito mais informação sobre aquilo que Avis tinha de bom enquanto destino e, claro que como zona produtora de excelentes vinhos, isso fez com que os nossos vinhos passassem a ser mais conhecidos mesmo no estrangeiro.” – Mónica Bértolo, Directora Vendas e Marketing, 12/01/15

Este impacto está de acordo com o que Fuentes (1995) refere, quando analisa a importância do TER, uma vez que o turismo rural tem como pressuposto a ligação ao destino, ao meio em que este se vai inserir, o que naturalmente irá desencadear um processo de interação com a comunidade local.

“A relação de interação tem sido cordial, chegando a ser bastante próxima. Um exemplo deste facto era, até há pouco tempo, a existência de uma barbearia tradicional cujo seu proprietário estava sempre disponível para mostrar aos estrangeiros a arte de fazer a barba em modos tradicionais.

Um outro exemplo singular é o facto de Avis possuir laranjeiras nas suas ruas e de qualquer pessoa poder colher este fruto, muitas vezes, esta situação constitui-se como algo “estranho” para um visitante. Contudo, a população local informa que podem

*colher os frutos e levar consigo.” – Ana Balão, Técnica Superior Divisão Sociocultural
Câmara de Avis, 6/01/15*

Outro autor, Robson&Robson (1996), também afere relativamente ao impacto sociocultural, ao transmitir a ideia de que quando as pessoas que recebem, e estão envolvidas no processo de desenvolvimento do local onde vivem para um destino turístico, este certamente será mais sustentável, uma vez que está a contribuir para que se compreenda melhor “quem está a chegar”, quais as suas motivações, para poderem assim interagir mais facilmente.

Por fim, o TER tem um impacto ambiental sobre o meio rural em questão e, segundo o entrevistado ele é positivo. Tal como Cavaco (1995, p. 361) refere, o turismo rural deve respeitar “a capacidade de carga dos meios de acolhimento, em termos naturais, com conservação dos recursos locais, físicos e humanos, incluindo os de interesse turístico, diminuindo custos e elevando benefícios”.

Também Ferreira (2004) e Silva (2005/2006) são defensores de que o Turismo Rural traz benefícios para o meio ambiente, na medida em que tem a capacidade de poder recuperar imóveis, para os colocar ao serviço do turismo.

“Não houve qualquer contestação ambiental à instalação do Hotel, aliás, desde logo, porque a mesma foi feita em diálogo e respeito constante com as questões ambientais.” – Anabela Pires, Presidente da Junta de Freguesia, 24/5/14

“A Herdade da Cortesia trouxe, na minha perspectiva, um impacto positivo ambiental, uma vez que demonstrou sempre preocupação em entender como era feita a nossa produção de azeite e isso fez-nos relembrar a importância que é respeitar o meio ambiente..Alterámos algumas práticas diárias para bem da Natureza.” – Sofia Garrett, Director Geral da Rovisco Garcia, 12/01/15

Analisando os impactos descritos ao longo do trabalho, e tendo em conta a análise feita pelos entrevistados, o principal impacto que se verifica é a nível económico. Regra geral, o meio rural é um meio com pouca densidade populacional, com pouco emprego, dado que muitas pessoas da terra tendem a “fugir” para a cidade e uma subida do emprego, ainda que à partida pequena, tem um efeito multiplicador na economia local. Ao atrair mais gente, pelo emprego, é natural que o consumo local aumente e, que por sua vez, a produção local também aumente

para dar resposta. Assim será necessário mais mão-de-obra no campo, subindo a oferta de emprego.

No fundo, o aumento do emprego gera uma relação de causa-efeito na economia, e afetando os demais intervenientes, é natural que este seja apontado como o principal impacto do TER.

6 Conclusões

6.1 Conclusões

Este trabalho foi importante porque permitiu descobrir a importância de existirem projetos que dinamizem as regiões menos desenvolvidas do nosso país. É fundamental existir iniciativa privada por um lado, não como o motor da economia local mas para complementar e ajudar nesse sentido e, por outro, verificar-se da parte dos organismos públicos locais uma maior receptividade em aceitar a sua chegada.

Acredito que, apesar de alguns académicos considerarem que o impacto do TER não é significativo como Ribeiro (2003b), Cavaco (1999a) principalmente em termos económicos, em Portugal, há que continuar a apostar neste produto turístico, uma vez que os resultados obtidos poderão não ser diretos mas existir um efeito de economia de escala e, sem dúvida, que muitos outros intervenientes indirectos irão beneficiar. Em termos socioculturais e ambientais, se tanto a cultura como o ambiente forem respeitados, daí só poderão resultar sinergias importantes.

Os dados de crescimento dos últimos anos, devem dar-nos a confiança de que a oferta se está a posicionar para dar uma resposta adequada à procura. Temos um país em que o interior está a uma curta distância das cidades, e com boas acessibilidades, e esse é um fator importante para atrair clientes estrangeiros.

A Herdade da Cortesia é um bom exemplo da importância de existir criatividade e detectar uma oportunidade num mercado que por vezes parece algo saturado. A visão dos proprietários, fê-los atrair um segmento de mercado que era inexistente. Posicionaram-se de forma a valorizar o destino e estou convicto que se mais exemplos destes existissem, as assimetrias regionais poderiam ser menores.

Reforçando aquilo que foi analisado no ponto anterior, concretamente a discussão do caso, o principal impacto e que gera um consenso entre todos os agentes é a nível económico. Entenda-se que, sendo o meio rural um meio com menos atividade económica, em comparação com o meio citadino, é natural que este impacto seja proporcional à realidade do contexto. Daí que é natural que indicadores como o consumo local ou a produção na região cresçam, e assim o emprego também.

Ao nível socio-cultural, são apontadas apenas vantagens, no sentido em que tanto o turista como a população local, se respeitam e sabem a importância que tanto um como o outro têm para que uma zona rural se mantenha como um destino turístico. Caso um destes não o respeite, o mais provável é que isso resulte em assimetrias que a longo prazo, poderão tornar um destino insustentável.

Em termos ambientais, o facto de ser difícil mensurar o seu impacto e também haver pouca opinião por parte dos intervenientes, torna-se complicado tirar uma conclusão, no entanto é natural que tenha de haver respeito pela capacidade de carga do destino em questão e, este projeto concretamente, e pela sua arquitetura harmoniosa que desde o início o demonstra.

6.2 Implicações

Do ponto de vista da gestão, este caso mostra que existe abertura para a instalação de unidades TER em locais que à partidas “estão perdidos” no meio da tranquilidade, por existir a perceção generalizada de que o impacto da instalação de uma unidade com estas características é positiva. Ficou igualmente claro, que a ligação às gentes locais também tem importância, bem como a educação dos locais para complementarem a oferta de uma experiência não apenas com a unidade turística, mas com a própria região e as suas gentes.

Relativamente a implicações para as políticas públicas, ficou claro com este estudo de caso que a instalação destas unidades em pequenas vilas tem um grande impacto a diversos níveis. Daí que faça sentido a promoção deste tipo de iniciativas turísticas e a criação de sistemas de incentivos que promovam a criação e/ou melhoria da oferta destas unidades. Numa outra perspetiva, a promoção deste tipo de turismo por parte do Turismo de Portugal, pode

aumentar a procura desta forma de turismo por parte dos turistas estrangeiros, e aumentar o impacto positivo que estas unidades têm nos locais em que se instalam.

Por último, este trabalho acaba por comprovar os argumentos que alguns dos autores referidos na revisão da literatura referiram, a favor da instalação destas ofertas turísticas em zonas rurais. Fica claro que os impactos são claramente positivos.

6.3 Limitações e Trabalhos Futuros

Encontrei durante a execução do trabalho uma limitação que foi a investigação através da entrevista. Dado que a Herdade da Cortesia, trabalha localmente com poucos fornecedores, não pude alargar a minha pesquisa e saber junto de um maior número de intervenientes, quais os impactos que este TER poderia ter no seu negócio.

Considero importante em trabalhos futuros, considerar estudar mais do que um caso, para daí poder estabelecer um termo de comparação e daí poder tirar um maior número de conclusões. Parece-me que seria importante considerar para este trabalho além da análise qualitativa, um estudo através de uma análise quantitativa dos dados facultados por estas mesmas entidades, no entanto para este trabalho não foi possível. Estou certo que assim poderia enriquecer ainda mais o meu trabalho e tirar mais conclusões.

7 Anexos

Guião de entrevista

Proprietário da Herdade da Cortesia – Pedro Alte da Veiga

- 1) Qual a visão que tinha para este projecto?
- 2) Porque escolheram Avis?
- 3) Quais as maiores dificuldades neste projecto?
- 4) Como é a relação com os agentes económicos do destino?
- 5) Qual o apoio estatal recebido para desenvolver este turismo?
- 6) Quais os impactos que sente existir entre a Herdade e a região local? Ao nível da economia, do emprego, agricultura, turismo, social?
- 7) Qual o feedback do cliente relativamente à Herdade? Ao destino?
- 8) Quais as técnicas de Customer Relationship Management utilizadas?
- 9) Quais os segmentos de mercado mais importantes e porquê?
- 10) Quais os objectivos a conquistar num futuro próximo?
- 11) De que forma entende que a população local e os orgaos governamentais vêm a Herdade?

Técnica Superior Divisão Socio-Cultural da Câmara Municipal de Avis – Ana Balão

Em termos económicos, quais os impactos que a Herdade trouxe, nomeadamente:

- a) Ao nível do emprego, quais os numeros antes e depois?
- b) Ao nível do comércio local, verificou-se um aumento? Surgiram novos fornecedores?
- c) A Câmara teve alguma intervenção em termos económicos?

Em termos sócio-culturais, quais os impactos que a Herdade trouxe, nomeadamente:

- a) A Herdade da Cortesia está envolvida em causas sociais ou em ações promovidas pela Câmara Municipal?
- b) Como foi vista a chegada da Herdade pela população local?
- c) Como é a interação dos clientes estrangeiros, que têm outra cultura, com a população local?

Em termos ambientais, qual o impacto que a Herdade teve? Refira aspetos positivos e negativos.

Presidente da Junta de Freguesia de Avis – Anabela Pires

- 1) Como lhe foi apresentado o projeto da Herdade da Cortesia?
- 2) Quantos estabelecimentos turísticos existem em Avis/região mais próxima?
- 3) De que forma entende que a população viu a concretização deste projeto em Avis? Como foi a sua adaptação? Qual a interação da população local com os hóspedes?
- 4) Qual o impacto que a Herdade teve ao nível do emprego? Quais os números antes e depois?
- 5) E em termos económicos para o comércio local? Quem ganhou mais com a chegada da Herdade? Quais os numero antes e depois da sua chegada?
- 6) Em termos sociais? Estiveram envolvidos em algumas causas sociais, em ações promovidas pela Junta ou Camara Municipal?
- 7) E por fim, em termos ambientais? Houve manifestações contra neste sentido?

Fornecedora local de pão “Avispão” – Proprietária Joaquina Martins

- 1) Que impacto teve a Herdade da Cortesia no seu estabelecimento?
- 2) A Herdade assume-se como um cliente importante? Em termos práticos, como se fez sentir a sua chegada?
- 3) Existiu alguma contrariedade com o aparecimento da Herdade?

Fornecedor local de azeite “Rovisco Garcia” – Director Geral Sofia Garrett

- 1) Foi importante a chegada da Herdade da Cortesia? De que forma?
- 2) Dos clientes locais que existiam, este assumiu uma posição de destaque?
- 3) Como lhe parece que a chegada da Herdade contribuiu para entender Avis como um destino mais ligado ao Turismo?
- 4) Existe algum tipo de ação em conjunto com a Herdade, enquanto parceiros, junto da comunidade local?

Fornecedor local de vinho “Herdade Fonte Paredes” – Directora Vendas e Marketing Monica Bértolo

- 1) Desde a chegada da Herdade que são seus fornecedores de vinho?
- 2) Dos clientes locais que existiam, este assumiu uma posição de destaque?
- 3) Como lhe parece que a chegada da Herdade contribuiu para entender Avis como um destino mais ligado ao Turismo?
- 4) Existe algum tipo de ação em conjunto com a Herdade, enquanto parceiros, junto da comunidade local?

8 Referências Bibliográficas

ATELJEVIC, I. AND DOORNE, S. (2000) - *Staying with the Fence: Lifestyle Entrepreneurship in Tourism*. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(5) pp. 378-392

BUTLER, R. (1992) *Alternative tourism: the thin edge of the wedge*, em Valene Smith e William Eadington (orgs.), *Tourism Alternatives*. Filadélfia, University of Pennsylvania Press, pp. 31-46.

CARVÃO, S. (2009) – *Tendências do turismo internacional*. In Revista Científica Exedra – Turismo e Património.

CAVACO, C. (1999) - *Turismo Rural e de Habitação em Portugal*, in CAVACO, C. (ed), *Desenvolvimento Rural: Desafio e Utopia*, Centro de Estudos Geográficos, Lisboa, pp. 293-304.

CAVACO, C. (1999a) – *O mundo rural português: desafios e futuros?*, in CAVACO, C. (ed), *Desenvolvimento Rural: Desafio e Utopia*, Centro de Estudos Geográficos, Lisboa, pp. 135-148.

CAVACO, C. (1995) – *Turismo rural e desenvolvimento local - As regiões de fronteira - inovação e desenvolvimento na perspectiva do mercado único europeu*, Lisboa, CEG, Estudos para o Desenvolvimento Regional e Urbano nº 43, pp. 351-401.

CRISTOVÃO, A. (1999) - *Ambiente e desenvolvimento de áreas rurais marginais: o caminho tortuoso para uma relação potencialmente frutuosa*. Paper presented at the 1º Encontro Galiza Portugal de Estudos Rurais, Bragança.

CRISTOVÃO, A. (2002) - *Mundo rural entre as representações (dos urbanos) e os benefícios reais (para os rurais)*. In M. Rield, J. A. Almeida & A. L. B. Viana (Eds.), *Turismo Rural: Tendências e Sustentabilidade*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, pp. 81-116.

DOOLEY, L. M. (2002) - *Case Study Research and Theory Building*. *Advances in Developing Human Resources*(4), pp. 335-354.

EISENHARDT, K. M. (1989) - *Building theories from case study research*. Stanford University. *Academy of Management Review*, 14, pp. 532-550

EUSÉBIO, C., KASTENHOLZ, E. (2010) - *Quem procura o Turismo em Espaço Rural?* Especificidades do mercado da Região Centro de Portugal, Livro de Atas do IV Congresso de Estudos Rurais – Mundos Rurais em Portugal: Múltiplos Olhares, Múltiplos Futuros, Universidade de Aveiro.

FERREIRA, L. (2004) - *Planeamento Estratégico em Turismo – O Caso da Albufeira de Castelo do Bode*, Tese de Doutoramento, Universidade de Santiago de Compostela.

FLEISCHER, A., & PIZAM, A. (1997) - *Rural Tourism in Israel*. *Tourism Management*, 18(6), pp. 367-372.

FUENTES GARCIA, R. (1995) - *El turismo rural en España, especial referencia al análisis de la demanda*. Ministerio de Comercio y Turismo, pp. 19-52.

HOLLICK, M. & BRAUN, P. (2005) – *Lifestyle Entrepreneurship: The unusual nature of the Tourism Entrepreneur*. Victoria: Centre for Regional Innovation & Competitiveness, University of Ballarat.

JESUS, L., KASTENHOLZ, E., FIGUEIREDO, E. (2008) - *A oferta do Turismo no Espaço Rural Estudo de Caso da Região Dão-Lafões*. VII Colóquio Ibérico de Estudos Rurais – Cultura, Inovação e Território, Coimbra, 23 a 25 Outubro de 2008

JOAQUIM, G. (1999) - *Turismo e mundo rural: que sustentabilidade?* In C. Cavaco (Ed.), *Desenvolvimento Rural Desafio e Utopia*. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa, pp. 305-312

KOMPPULA, R. (2004) - *Success and growth in rural tourism micro-businesses in Finland: financial or life-style objectives?* In R. Thomas (Ed.), *Small firms in tourism: international perspectives*. Amsterdam: Elsevier, pp. 115-138.

KOMPPULA, R. (2007) - *Developing rural tourism in Finland through entrepreneurship*. In R. Thomas & M. Augustyn (Eds.), *Tourism in the New Europe*. Oxford: Elsevier, pp. 122-133.

LANE, B. (1994) - *What is rural tourism?* In *Journal of Sustainable Tourism*, Vol.2 (1/2), pp. 7-21.

LANE, B. (1994a) - *Sustainable rural tourism strategies: A tool for development and conservation*. *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1), pp. 102-111.

MARTINS, A., MILHEIRO, E., ALVES, J., NUNES, J., CARDOSO, L. (2013) - *O rural como espaço de empreendedorismo em turismo* – I Congresso de Estudos Rurais do Norte Alentejano "O Futuro do Mundo Rural em Questão" em Elvas/Portalegre.

MESQUITA, A. V. (2009) – *Sistemas de distribuição no Turismo em espaço rural: a região de Trás-os-Montes*. (Tese Mestrado), Universidade de Aveiro

MIDDLETON, V. T. C., FYALL, A., MORGAN, M. (2009) - *Marketing in Travel and Tourism*, Fourth Edition, Elsevier.

MOREIRA, F. J. (1994) - *O Turismo em Espaço Rural: Enquadramento e Expressão Geográfica no Território Português*. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos

MPAT – SPEDR (1994b), Quadro Comunitário de Apoio – PDR – Plano de Desenvolvimento Regional – 1994-1999: Preparar Portugal para o Séc. XXI, Lisboa: DGDR

NILSSON, P.Å. (2002) - *Staying on farms. An ideological background*, Annuals of Tourism Research Vol. 29, No 1, pp. 7-24.

OCDE (1993) - *What future for our countryside: a rural development policy*. Paris: OCDE.

PAGE, J., GETZ, D. (1997) - *The business of Rural tourism* - Thomson Business Express, London.

PATO, M. L. J. (2012) - *Dinâmicas do turismo rural: impactos em termos de desenvolvimento rural*.

PETERS, M., FREHSE, J., BUHALIS, D., (2009) - *The importance of lifestyle entrepreneurship: A conceptual of the tourism industry*, Vol. 7 Nº2 pp. 393-405.

REIS, M. e LIMA, A. (1998) - *Desenvolvimento, Território e Ambiente*, in Viegas, M. e Costa, A.(organizadores), Portugal, Que Modernidade?. Oeiras: Celta Editores

RIBEIRO, M. (2003b) - *Pelo turismo é que vamos/podemos ir? Sobre as representações e as visões dos responsáveis das administrações públicas de âmbito local, acerca do turismo para o desenvolvimento local*. In O. Simões & A. Cristóvão (Eds.), TERN - Turismo em Espaços Rurais e Naturais. Coimbra: IPC.

ROBSON, J., & ROBSON, I. (1996) - *From shareholders to stakeholders: critical issues for tourism marketers*. Tourism Management, pp. 533-540.

ROBERTS, L. e Hall, D. (2003) - *Consuming the countryside: Marketing for rural tourism*. Journal of Vacation Marketing, Vol. 10, Nº3.

RUSCHMANN, D. (2000) - *O turismo rural e o desenvolvimento sustentável*. In: Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável. Campinas – São Paulo: Papirus, pp. 63-73.

SHARPLEY, R. (2002) - *Rural Tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus*, Tourism Management, Vol. 23, Issue 3, pp. 233-244.

SILVA, L. (2005/2006) – *Os impactos do Turismo em Espaço Rural*, Antropologia Portuguesa Vol. 22 e 23, pp. 295-317.

SILVA, L. (2006) - *O Turismo em Espaço Rural: Um Estudo da Oferta e dos Promotores*, CIES e-Working Paper nº 16/2006, ISCTE, Lisboa.

SILVANO, M. J. M. (2006) - *O turismo em áreas rurais como factor de desenvolvimento - o caso do Parque Natural de Montesinho*. (Tese de mestrado), Universidade de Aveiro.

VALDÉS, L. (1996) - *El turismo rural en España*, en Pedreño, A. y Monfort M, Introducción a la economía del turismo rural en España. Madrid: Civitas, pp. 365-401.

VALENTE, S., & FIGUEIREDO, E. (2003) - *O Turismo que existe não é aquele que se quer...* - In O. Simões & A. Cristóvão (Eds.), TER Turismo em Espaços Rurais e Naturais, pp. 95-106.

YIN, ROBERT K. (2005) - *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman