



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Mestrado em Turismo e Comunicação

**O Ecoturismo na dinamização do Alto Minho: uma proposta de
alojamento em Seixas**

Margarida de Paula Pires Neiva

Dezembro 2021



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Margarida de Paula Pires Neiva

O Ecoturismo na dinamização do Alto Minho: uma proposta de alojamento em Seixas

Dissertação apresentada à Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril para obtenção do grau de Mestre em Turismo e Comunicação

Orientadora: Professora Doutora Elsa Correia Gavinho

Dezembro 2021

“When everything seems to be going against you, remember that the airplane
takes off against the wind, not with it.”

Henry Ford

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho não seria possível sem o contributo de diversas pessoas que me acompanharam e me motivaram desde o início desta etapa tão importante e desafiante que foi a elaboração deste trabalho de projeto.

Em primeiro lugar, gostaria de expressar a minha gratidão à minha orientadora, Professora Elsa Gavinho, pela disponibilidade e motivação ao longo de todo o projeto.

À minha família, em especial aos meus pais e irmã, por todo o apoio, motivação e paciência em todos os momentos e por serem o meu suporte em todas as etapas da minha vida.

Agradecer também a todos os que acompanharam este percurso e me apoiaram até ao final, amigos e colegas.

Um agradecimento pela disponibilidade, flexibilidade e interesse dos participantes que contribuíram para a realização da entrevista do estudo.

Por último, um agradecimento pela disponibilidade e flexibilidade de todos os que diretamente ou indiretamente contribuíram para a realização da entrevista de estudo.

RESUMO

Sendo o Turismo um sector fundamental para o desenvolvimento económico de um país, é pretendido através deste alojamento de Turismo em Espaço Rural, estimular o desenvolvimento turístico da região, nomeadamente da aldeia de Seixas, combatendo o abandono e a sazonalidade verificados nesta zona norte de Portugal.

Esta dissertação tem como principal objetivo o desenvolvimento de uma proposta de um alojamento ecológico e sustentável como elemento dinamizador da atividade turística, especificamente do Turismo de Natureza e do Turismo em Espaço Rural, na freguesia de Seixas. Procurou-se analisar as potencialidades do concelho de Caminha, para a prática turística, bem como propor medidas para a valorização do território e justificar o potencial da criação de um alojamento nesta localidade.

Para perceber a receptividade da comunidade local para a criação deste projeto foi realizada uma entrevista estruturada a um agente da junta de freguesia, de forma a recolher a opinião junto de alguém com conhecimento da região em estudo, e foram realizadas vinte entrevistas à população em geral. Com este processo foi possível identificar as potencialidades do território no que se refere ao turismo de natureza e as vantagens da implementação de um projeto turístico sustentável no Alto Minho, inclusive na perspetiva da comunidade local.

Em resposta a esta análise, propõe-se o desenvolvimento de um ecoturismo, passando pela apresentação da componente arquitetónica, instalações, identificação do público-alvo, produtos e serviços a comercializar, e a comunicação mais adequada. Fundamenta-se neste trabalho, que o Turismo de Natureza pode ser visto como uma ferramenta para a dinamização da atividade turística e para o desenvolvimento local, da região em estudo.

Palavras-chave: Turismo de Natureza, Turismo em Espaço Rural, Alto Minho, Ecoturismo, Empreendedorismo, Sustentabilidade

ABSTRACT

Being Tourism a key sector for the economic development of a country, it is intended through this accommodation of Tourism in Rural Area, to stimulate the tourism development of the region, namely the village of Seixas, fighting the abandonment and seasonality verified in this northern area of Portugal.

This dissertation has as main goal the development of a proposal of an ecological and sustainable accommodation as a boosting element of the tourism activity, specifically of the Nature Tourism and Tourism in Rural Area, in the village of Seixas. We sought to analyze the potential of the municipality of Caminha, for tourism, as well as to propose measures for the enhancement of the territory and justify the potential of creating an accommodation in this locality.

To understand the receptivity of the local community to the creation of this project, a structured interview was conducted with an agent of the parish council, in order to collect the opinion of someone with knowledge of the region under study, and twenty interviews were conducted with the general population. With this process it was possible to identify the potentialities of the territory regarding nature tourism and the advantages of implementing a sustainable tourism project in Alto Minho, including from the perspective of the local community.

In response to this analysis, it is proposed the development of an ecotourism, going through the presentation of the architectural component, facilities, identification of the target audience, products and services to market, and the most appropriate communication. It is based on this work, that the Nature Tourism can be seen as a tool for the dynamization of the tourist activity and for the local development of the region in study.

Keywords: Nature Tourism, Rural Tourism, Alto Minho, Ecotourism, Entrepreneurship, Sustainability

Índice

AGRADECIMENTOS	v
RESUMO	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	x
ÍNDICE DE TABELAS	xi
SIGLAS, ACRÓNIMOS E ABREVIATURAS	xii
1.Introdução.....	1
1.1.Enquadramento.....	1
1.2.Objetivos	3
1.3.Resumo da metodologia.....	4
1.4.Estrutura da dissertação.....	4
2.O Turismo e as suas variantes	8
2.1.Introdução	8
2.2.Turismo de Nicho	8
2.3.Turismo de Natureza.....	10
2.4.Turismo em Espaço Rural	13
2.5.Turismo sustentável	16
2.6.Síntese.....	18
3.Caracterização do território: a freguesia de Seixas.....	19
3.1.Introdução	19
3.2.Turismo no norte de Portugal	19
3.3.Motivo da escolha da freguesia de Seixas.....	20
3.4.Caracterização do meio envolvente.....	21
3.5.Seixas – uma freguesia no concelho de Caminha	22
3.6.Recursos turísticos da região	25
3.6.1.Atividades na Natureza	25

3.6.2. Gastronomia.....	26
3.6.3. Festividades	27
3.6.4. Património histórico edificado.....	29
3.6.5. Alojamento, restauração e animação turística	30
3.7. Síntese.....	30
4. Peregrinação no Caminho de Santiago de Compostela.....	32
4.1. História dos peregrinos.....	32
4.2. Símbolos e rituais do caminho.....	33
4.3. Caminho Português da Costa.....	35
4.4. O Caminho em números	36
4.5. Síntese.....	37
5. Metodologia e métodos da investigação	38
5.1. Introdução	38
5.2. Metodologia de investigação	38
5.3. Técnicas e instrumentos de Recolha de Dados.....	39
5.3.1. Análise Documental.....	39
5.3.2. Entrevistas Estruturadas	40
5.4. Síntese.....	42
6. Análise dos dados e dos resultados	43
6.1. Introdução	43
6.2. Caracterização da Amostra	43
6.3. Apresentação e Análise dos Dados Recolhidos e Tratados	44
6.4. Síntese.....	46
7. Montinho Eco Village – o projecto	47
7.1. Apresentação do projecto.....	47
7.2. Visão, valores e objetivos do Montinho Eco Village.....	48
7.3. Análise SWOT.....	48
7.4. Potenciais parceiros / entidades a envolver.....	50
7.5. Caracterização do Target	51

7.6.Arquitetura do projecto	52
7.6.1.Recursos Humanos e facilities	52
7.6.2.Unidades de alojamento	53
7.6.3.Sustentabilidade	56
7.7.Produtos e serviços	57
7.8.Comunicação e promoção	58
7.9.Apoios e viabilidade	60
8.Conclusões e Considerações Finais	61
8.1.Conclusões e considerações	61
8.2.Limitações e perspetivas futuras	62
9.Referências Bibliográficas	63
ANEXOS	70
ANEXO 1 – Guião de entrevistas e transcrição das entrevistas à comunidade	70
ANEXO 2 – Guião de entrevista e transcrição da entrevista ao agente da Junta de Freguesia de Seixas.....	78
ANEXO 3 — Tabela resumo da análise às entrevistas estruturadas	78

Índice de Figuras

Figura 1 Estrutura da dissertação - Capítulo 1 a 3	6
Figura 2 Estrutura da dissertação - Capítulo 4 a 6	6
Figura 3 Estrutura da dissertação – Capítulo 7 a 8	6
Figura 4 A interdisciplinaridade do sistema “turismos de nicho”. (Anjos, 2013, p. 39) ...	8
Figura 5 Conceituação de Turismo Rural Fonte: (THR, 2012)	11
Figura 6 Abrangência do Turismo de Natureza. Fonte: (Silva & Umbelino, 2017)	12
Figura 7 Estabelecimentos de turismo de habitação e de turismo no espaço rural Fonte: (Pordata, 2020).....	14
Figura 8 Torreão Fonte: (Penedo, 2019).....	22
Figura 9 Torreão Ventura Terra	22
Figura 10 Prato de lampreia Fonte: (Foto da autora)	23
Figura 11 Ecovia Caminho do Rio Minho, Seixas Fonte: (Foto da autora)	24
Figura 12 Doce tradicional de Caminha Fonte: (Foto da autora).....	26

Figura 13 Caminho a passar em seixas Fonte: (Caminho Português da Costa, 2021)	35
Figura 14 Delimitação do terreno associado ao Montinho Eco Village (fonte: Google Earth).....	52
Figura 15 Exemplo de casa Fonte: Pinterest	53
Figura 16 Sala de refeições Fonte: (Elaborado pela autora)	54
Figura 17 Quartos na casa mãe Fonte: (Elaborado pela autora).....	55
Figura 18 Logótipo Fonte: (Elaborado pela autora)	58

Índice de Tabelas

Tabela 1 Distribuição dos entrevistados por género	42
Tabela 2 Distribuição dos entrevistados por grupos etários	43
Tabela 3 Análise SWOT	48

Siglas, acrónimos e abreviaturas

AT – Animação Turística

AEP – Associação Empresarial de Portugal

BdP – Banco de Portugal

CCDRN – Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte

CM – Câmara Municipal

DGADR – Direção Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural

ICNF – Instituto de Conservação de Natureza e das Florestas

OMT – Organização Mundial do Turismo

ONU – Organização das Nações Unidas

PENT – Plano Estratégico Nacional do Turismo

PIB – Produto Interno Bruto

PNP – Porto e Norte de Portugal

SWOT – *Strenghts, Weaknesses, Opportunities and Threats*

TER – Turismo em Espaço Rural

UNWTO – *United Nations World Tourism Organization*

VP – *Visit Portugal*

PARTE I – ENQUADRAMENTO DO TEMA

1. Introdução

Neste capítulo serão abordados os temas teóricos que servem de base de investigação deste trabalho. Na revisão de literatura serão abordados os temas como o Turismo, tipologia de Turismo, região do Alto Minho, e ainda a região de Seixas, Caminha.

1.1. Enquadramento

O turismo é um setor essencial em todo o mundo e, com a sua rápida expansão ao longo das décadas, tornou-se uma atividade de carácter importante para o desenvolvimento económico (Turismo de Portugal, 2019)

De acordo com o Turismo de Portugal (2019), em Portugal, o setor do turismo é uma das maiores atividades económicas exportadoras do país, sendo responsável, em 2018, por 51,5% das exportações de serviços e por 18,6% das exportações totais, tendo as receitas turísticas registado um contributo de 8,2% no Produto Interno Bruto (PIB) português.

No que se refere ao desenvolvimento das várias regiões do país, a atividade turística destaca-se, em muitas delas, como sendo um aspeto fulcral para a sua dinamização e promoção, potencializando também o crescimento económico.

Em Portugal, segundo INE (2018), o turismo tem atingido números recorde no que diz respeito ao:

- Aumento de emprego neste setor (328,5 mil empregos em 2018), com peso de 6,7% na economia nacional;
- Ritmo de crescimento das receitas turísticas (+9,6%) e dos proveitos globais (+7,3%) mais acelerados que o aumento de hóspedes (+3,8%) em 2018;
- Diversificação de mercados: crescimentos expressivos em 2018, do mercado americano (+21,9% hóspedes) e brasileiro (+12,4% hóspedes);
- Crescimento mais acelerado do mercado interno em 2018 (+5% hóspedes nacionais) em relação ao mercado externo (+3% hóspedes estrangeiros);

- Reconhecimento internacional com a atribuição de diversos prémios.

Apesar do turismo em Portugal ter vindo a crescer e a desenvolver-se nas diversas regiões do país, é necessário pensar e planear o futuro, assumir compromissos e estratégias a longo prazo, antecipar desafios, dinamizar o trabalho. Surge assim a Estratégia para o Turismo em Portugal – a Estratégia Turismo 2027 – que visa ligar uma visão de longo prazo, com ações concretas no curto prazo, permitindo, deste modo, atuar com maior sentido estratégico no presente e, simultaneamente enquadrar o futuro quadro comunitário de apoio 2021-2027 (Turismo de Portugal, 2017).

Este projeto surge como resposta à problemática do despovoamento da região do Alto Minho, da falta de aproveitamento da mesma e dos seus recursos naturais, bem como à procura por locais turísticos diferentes, que tenham contacto com a natureza e uma atividade preocupada com a sustentabilidade. Tendo isto em consideração, o projecto foi planeado com o intuito de promover a região do Alto Minho, mais concretamente Seixas, uma freguesia do concelho de Caminha. Situa-se a poucos quilómetros de Espanha (Tui) e também a poucos quilómetros de Viana do Castelo. É ladeada a sul pelo Rio Coura e pela Vila de Caminha, a poente pelo Rio Minho, Santa Tecla e pela Vila de La Guardia na Galiza, a norte pela freguesia de Lanhelas e a nascente pela freguesia de Vilar de Mouros.

O projeto consiste numa unidade de alojamento, que vai reunir uma série de aspetos típicos do local e matérias-primas provenientes da região, para desta forma, valorizar o que de tão bom a terra tem para nos oferecer. Tem como missão gerar resultados dentro da ética e da responsabilidade social. Atua também na criação, transmissão e valorização social e económica da região do Alto Minho com recurso a tópicos que garantam a sustentabilidade.

Segundo a Associação Empresarial de Portugal (2008):

“O sector do Turismo de Natureza oferece amplas e atrativas oportunidades, pelo que o mercado europeu de Turismo de Natureza tem vindo a crescer de forma sustentada. As viagens motivadas pelo desejo de fruir, contemplar e interagir com a natureza têm aumentado na Europa a um ritmo média anual de cerca de 7% nos últimos anos, e todas as previsões indicam que esta taxa de crescimento manter-se-á e inclusive será incrementada no futuro.” (AEP, 2008, p. 2)

A UNWTO considera ainda que a atividade turística baseada em princípios de sustentabilidade deve manter elevada a satisfação dos seus turistas de modo a poder

sensibilizá-los para as boas práticas sustentáveis “Sustainable tourism should also maintain a high level of tourist satisfaction and ensure a meaningful experience to the tourists, raising their awareness about sustainability issues and promoting sustainable tourism practices amongst them.” (UNWTO, 2005)

Contudo, o ano de 2020 é marcado por uma inesperada pandemia que veio afetar não só o turismo como todos os sectores a nível mundial, deixando a economia numa situação delicada.

De acordo com dados divulgados pelo Banco de Portugal (BdP) o decréscimo acentuado de 2.060 milhões de euros do saldo da rubrica de viagens e turismo foi o principal responsável pelo saldo negativo de 2.496 milhões de euros das balanças corrente e de capital registado até maio de 2020 (LUSA, 2020).

1.2. Objetivos

O principal objetivo deste trabalho é apresentar uma proposta dinamizadora na região do Alto Minho, através da criação de um espaço de alojamento ecológico na freguesia de Seixas, de modo a atrair mais visitantes à região. Além disso, este trabalho tem ainda como objetivos mais específicos:

- Identificar quais as potencialidades e recursos turísticos da região para, da melhor forma, poder ser promovido o alojamento e o território;
- Incluir, no projeto, inovação tecnológica com vista a reduzir o impacto no meio ambiente;
- Desenvolver um produto diferenciador dos demais existentes na região;
- Listar possíveis parceiros de modo a promover o envolvimento e participação de produtores e fornecedores locais, apostando na boa relação entre a marca e os seus stakeholders;
- Garantir que a unidade hoteleira a desenvolver terá ainda um papel crucial no apoio aos peregrinos de Santiago de Compostela.

1.3. Resumo da metodologia

O trabalho será desenvolvido através da questão de partida “Como pode uma unidade hoteleira, com características de ecoturismo, contribuir para dinamizar a atividade turística na freguesia de Seixas?”. Para poder dar resposta a esta questão serão efetuadas pesquisas bibliográficas relacionadas com a temática do turismo ecológico e sustentável em meio rural, do território de implantação da unidade hoteleira e da peregrinação de Santiago de Compostela pelo Caminho Português da Costa.

Será feita também uma apresentação do território onde se desenvolve o projeto para perceber as potencialidades e necessidades da região. Para isso, vamos recorrer a uma análise SWOT que ajudará a identificar as forças, fraquezas, ameaças e oportunidades e, facilitará ainda o delinear de estratégias.

Serão também realizadas entrevistas a pessoas da comunidade local para que se possa determinar quais as características mais significativas da região e para perceber qual a sua opinião em relação à criação deste projeto.

Por fim, será feita uma apresentação do projeto e das atividades, resultantes em grande parte do aferido anteriormente.

1.4. Estrutura da dissertação

O presente trabalho foi desenvolvido em quatro partes e oito capítulos.

Este capítulo inicial diz respeito à introdução que se enquadra na parte I, onde é feito um enquadramento do tema, são expostos os objetivos, a metodologia e a estrutura do trabalho.

Os três capítulos seguintes enquadram-se na parte II que diz respeito à revisão de literatura das áreas consideradas de maior importância para a elaboração do trabalho e do território.

O segundo capítulo aborda a temática do turismo e as suas variantes, como é o caso do turismo de nicho, de natureza, em espaço rural e sustentável. Além disso, realiza-se também uma revisão bibliográfica acerca do turismo na região norte de Portugal.

O terceiro capítulo passa pela caracterização do território do Alto Minho e de Seixas, onde será implementado o projeto, de modo a dar a conhecer melhor a região e o seu potencial.

No quarto capítulo é abordado brevemente a história dos peregrinos de Santiago de Compostela e do Caminho Português da Costa uma vez que, o projeto do eco turismo fica num local de passagem dos mesmos. Ao estar localizado nesta rota, os peregrinos passam a fazer parte do público-alvo. Deste modo, o projeto terá ofertas especiais e um espaço pensado e destinado a peregrinos.

A parte III integra o capítulo cinco e seis que é a parte do estudo empírico.

O quinto capítulo corresponde à metodologia e métodos de investigação utilizados nas entrevistas estruturadas e na recolha de dados relevantes ao projeto. No sexto capítulo é feita a caracterização da amostra e analisa-se, e discutem-se, os resultados obtidos através das entrevistas realizadas.

O sétimo capítulo é dedicado ao projeto do eco turismo, onde é abordado o seu posicionamento, a sua missão e valores, bem como, todo o planeamento e desenvolvimento do mesmo. Este capítulo apresenta também a análise SWOT relativa ao projeto.

Por fim, na parte IV, capítulo oito, apresentam-se as considerações finais, as dificuldades sentidas, as limitações e perspetivas futuras.

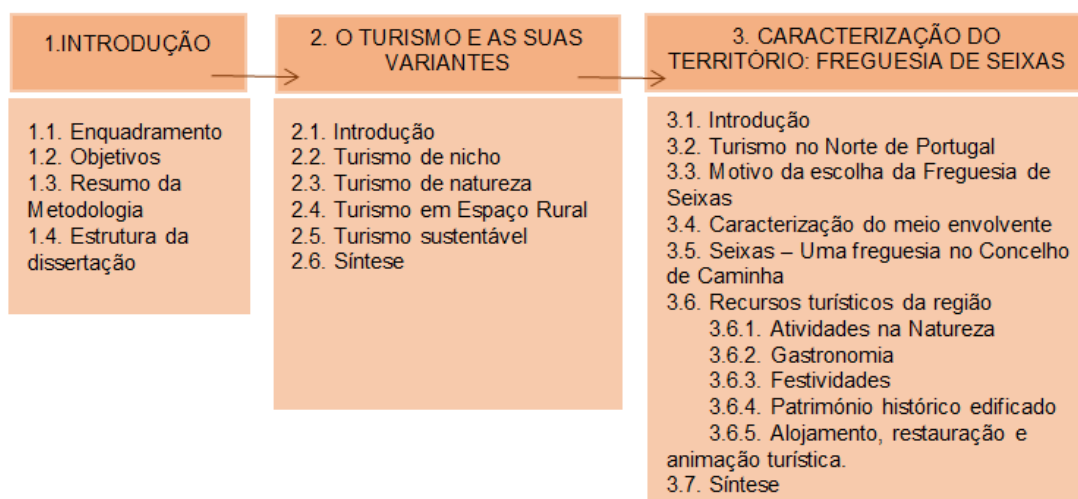


Figura 1 Estrutura da dissertação - Capítulo 1 a 3

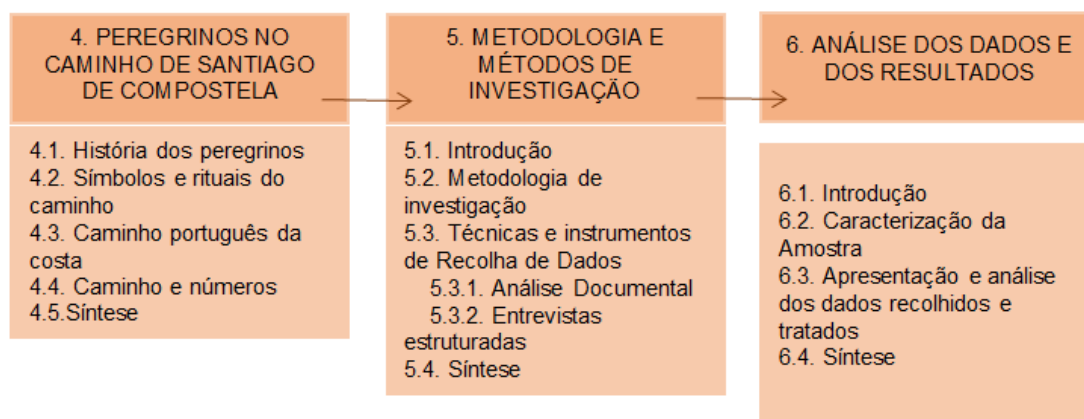


Figura 2 Estrutura da dissertação - Capítulo 4 a 6

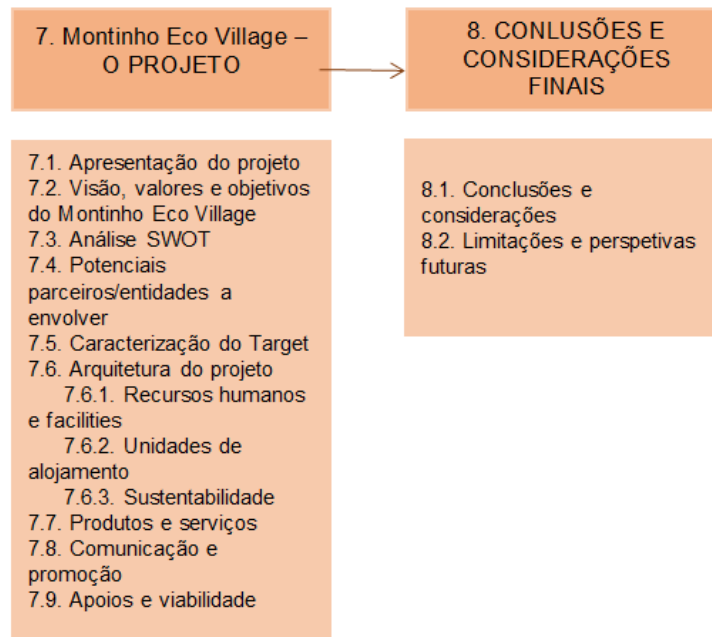


Figura 3 Estrutura da dissertação – Capítulo 7 a 8

PARTE II – REVISÃO DA LITERATURA E TERRITÓRIO

2. O Turismo e as suas variantes

2.1. Introdução

Neste capítulo serão abordadas diferentes temáticas do setor do turismo que são relevantes para a realização do trabalho, nomeadamente o turismo de nicho, de natureza, o turismo em espaço rural, o turismo sustentável e o turismo no norte de Portugal.

Uma vez que o projeto associado a esta dissertação se relaciona com diferentes tipologias de turismo, é importante apresentar cada uma delas, para que se entenda o seu envolvimento no trabalho.

2.2. Turismo de Nicho

Para Urry (2002), o turismo de nicho está especificamente associado à tendência de segmentação de mercado, resultando da crescente adaptação da oferta às necessidades, expectativas e diversidade do perfil dos turistas, à expansão dos grupos de turistas mesocêntricos e especialmente os aventureiros – allocêntricos -, à diversificação de produtos e serviços turísticos e ao desenvolvimento da competitividade dos destinos. Para os turistas, o turismo de nicho parece oferecer um conjunto mais significativo de experiências, que vão ao encontro das suas necessidades e desejos (Novelli, 2005).

De acordo com Hooley & Saunders (1993), um nicho não é mais que um pequeno mercado, constituído por um cliente individual, ou um pequeno grupo de clientes, com as mesmas características ou necessidades. Associado à ideia de um nicho de mercado está um processo de conhecimento que envolve produtores, pesquisa, identificar e atingir públicos específicos e manter um relacionamento com os mesmos.

O turista quer cada vez mais experienciar o autêntico e o real, procurando materializar assim os seus desejos (Ferreira & Simões, 2009). Com o aumento da procura e com os

turistas mais informados e cientes das suas vontades e desejos, o mercado adaptou-se e diversificou os produtos e serviços.

Segundo Novelli (2005), por um lado o turismo de nicho pode ser definido como dividido em setores de mercado ainda relativamente grandes (macro-nicho, ou seja, turismo rural, turismo cultural, turismo de desporto, etc), cada um capaz de segmentação adicional (micro-nicho, isto é, geoturismo, turismo gastronómico, etc.). Por outro lado, o turismo de nicho está focado em pequenos mercados muito precisos que seriam difíceis de dividir ainda mais. Mas além do turismo de nicho baseado no que os turistas fazem, existe também uma dimensão geográfica pela qual os locais com ofertas altamente específicas se conseguem estabelecer como destinos de nicho. Por exemplo, uma região vinícola pode-se posicionar como um destino de nicho, oferecendo atividades relacionadas com o seu vinho (Novelli, 2005).

De acordo com Trauer (2006, pp. 183) “conceptualmente, e a exemplo dos restantes produtos turísticos, o turismo de nicho tende a ser abordado como parte de um amplo sistema interdisciplinar, que compreende o ambiente (do local ao global), os sistemas de procura e de oferta turística e o sistema de informação.”

Silva (2013) refere que esta tipologia de turismo constitui uma oportunidade para regiões menos divulgadas se afirmarem no mercado competitivo, apostando em fatores de diferenciação e diversificação da oferta, permitindo o envolvimento de mais agentes e repercutindo-se no aumento dos serviços de menor escala e investimento. Além disso, a junção de várias componentes - ecológica, política e económica – contribuem para a interdisciplinaridade do sistema de Turismo de Nicho (figura 4).



Figura 4 A interdisciplinaridade do sistema “turismos de nicho”. (Anjos, 2013, p. 39)

2.3. Turismo de Natureza

O turismo de natureza enquadra-se segundo o Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT) numa lista de 10 produtos selecionados em função da sua quota de mercado e potencial de crescimento, bem como da aptidão e potencial competitivo de Portugal, nos quais deverão assentar as políticas de desenvolvimento e capacitação da oferta turística (Turismo de Portugal, 2006).

Segundo o PENT, Portugal dispõe de vários fatores distintivos e qualificadores enquanto destino de turismo de natureza, nomeadamente áreas protegidas, variedade de paisagens a curta distância, variedade e espécies de fauna e flora únicas, formações fósseis e vulcânicas invulgares, entre outros.

Considera-se que a estruturação da oferta, em particular, em meio rural, pressupõe melhorar as condições de visitação dos recursos, apostar na qualificação e capacitação dos agentes e desenvolver ofertas integradas de serviços. Entende-se que se deve reforçar a estruturação da oferta nos segmentos de passeios (a pé, de bicicleta ou a cavalo), de turismo equestre e observação de aves (Turismo de Portugal, 2016).

Este turismo é procurado por pessoas que pretendem usufruir experiências únicas com contacto direto com a natureza. De acordo com o Turismo de Portugal, o turismo de natureza pode ser classificado em dois tipos: Natureza soft e Natureza hard.

A tipologia de Natureza soft demonstrou ser a mais procurada em 2006, representando cerca de 80% das viagens. Neste grupo encontram-se as experiências baseadas na prática de atividades ao ar livre de baixa intensidade (passeios, excursões, observação da fauna).

Quanto à tipologia de Natureza hard representou cerca de 20% do total das viagens realizadas na Europa e diz respeito às experiências ligadas à prática de desportos na natureza, como por exemplo, rafting, climbing, kayaking, entre outras, e atividades que requerem um nível de concentração ou conhecimento mais elevados, como por exemplo, a observação de pássaros (THR, 2006).

Segundo o THR¹ (2006) as viagens de turismo de natureza registaram um crescimento à volta dos 7% entre 1997 e 2004 e, na Europa, a maioria das viagens apresentou duração superior a 4 noites (84,8%). THR (2006) refere que, de acordo com este mesmo estudo estima-se que este crescimento se manterá no futuro se um conjunto de fatores se mantiver, nomeadamente:

1. Maior e crescente consciência ambiental entre a população dos países emissores do turismo;
2. Preferência por áreas envolventes não massificadas como destino de viagem;
3. Preferência por férias ativas em detrimento de férias passivas;
4. Procura de experiências com elevado conteúdo de autenticidade e de valores éticos;
5. Forte presença de ofertas de viagens de Natureza na internet, acessíveis a uma fatia crescente populacional.

De acordo com o Instituto de Conservação da Natureza e das Florestas (ICNF) o Turismo de Natureza “permite conhecer o património natural, as paisagens e as tradições dessas áreas respeitando valores naturais que nelas existem.” (ICNF, 2012 *apud* Valentim: pág 32).

Este é um tipo de turismo ligado ao contacto com o meio ambiente, sendo considerado pela Organização Mundial do Turismo (OMT) um segmento turístico importante, dinâmico e atrativo, que pode ser conjugado com outros tipos de turismo, como por exemplo, o turismo rural.

Devido à crescente procura de paisagens naturais e, num contexto mais ligado ao turismo, foi criado o Programa Nacional de Turismo de Natureza (PNTN), uma parceria entre as Secretarias de Estado do Ambiente e do Turismo na Resolução de Concelho de Ministros nº 112/98, de 25 de agosto (ICNF, 1998).

O PNTN tem como objetivo principal a promoção e afirmação dos valores e potencialidades das áreas classificadas e de outras áreas com valores naturais e culturais, propiciando a criação de produtos e serviços turísticos inovadores e sustentáveis dos municípios abrangidos por aquelas áreas e promovendo a integração

¹ Estudo realizado pela THR - Asesores en Turismo, Hotelería y Recreación, S.A., para o Turismo de Portugal, referente ao Turismo de Natureza e associado ao PENT.

e sustentabilidade dos seguintes domínios: conservação da natureza, desenvolvimento local, qualificação da oferta turística, diversificação da atividade turística e divulgação e valorização do património cultural (ICNF, 2015).

O Turismo de Natureza é considerado um dos produtos estratégicos para o turismo em Portugal e apresenta um importante potencial de crescimento. A valorização deste produto e dos serviços a ele associados é essencial para melhorar a qualidade e o valor da experiência turística dos visitantes, e para a promoção de um modelo de desenvolvimento mais sustentado (Silva & Umbelino, 2017).

O Turismo de Natureza acaba por estar também intimamente ligado ao Turismo Rural, (figura 5) não só porque muitas vezes existe uma partilha de espaço, mas também porque quem procura praticar atividades na natureza recorre a alojamento em território menos urbano e mais ligado ao espaço verde e rural.



Figura 5 Conceituação de Turismo Rural Fonte: (THR, 2012 p.4)

Além da ligação com o turismo rural, o Turismo de Natureza acaba por estar associado a outros produtos e é possível defini-lo de diversas formas. Com alguns produtos, pode existir mesmo uma sobreposição, como são os casos do turismo de aventura, do turismo rural, dos circuitos paisagísticos e mesmo parte do turismo náutico (figura 6) (Silva & Umbelino, 2017).

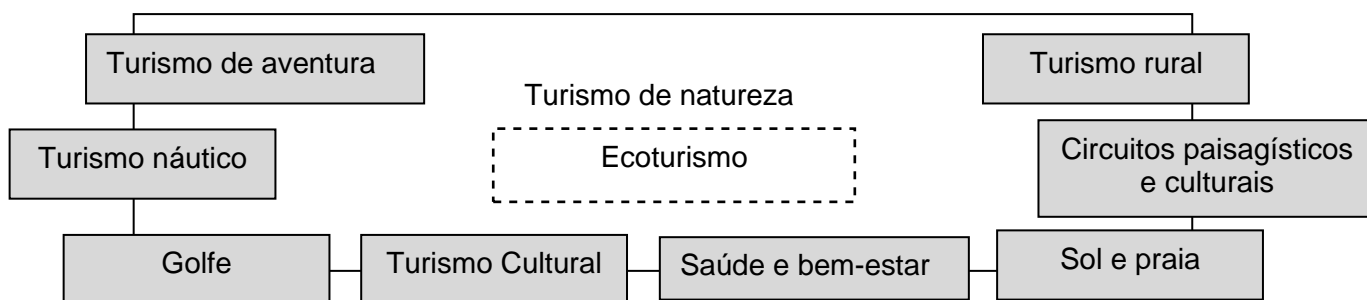


Figura 6 Abrangência do Turismo de Natureza. Fonte: (Silva & Umbelino, 2017 p.44)

Segundo o THR (2012 p.4),

“Estar e dormir no meio rural são condições básicas, porém não são suficientes para praticar turismo rural. A caracterização desse tipo de turismo não se refere apenas ao local de destino do turista, mas também aos tipos de serviços e atividades por ele procurados. Trata-se de turistas citadinos de médios e grandes portes que procuram uma mudança de ambiente, em contato com a população local e com as suas formas de vida tradicionais, próximo da natureza, num lugar tranquilo e não massificado. É um regresso às raízes, algo autêntico e natural.”

2.4. Turismo em Espaço Rural

O Turismo em Espaço Rural apresenta características próprias, pouco tendo em comum com as modalidades convencionais de turismo. Esta tipologia de turismo tem como principal objetivo, oferecer aos visitantes a oportunidade de (re) viver as práticas, os valores e as tradições culturais e gastronómicas das sociedades rurais, beneficiando da sua hospedagem e de um acolhimento personalizado. Visto pela perspectiva do desenvolvimento rural, o Turismo em Espaço Rural é uma das atividades mais bem colocadas para assegurar a revitalização do tecido económico rural, sendo tanto mais forte, quanto conseguir endogeneizar os recursos, a história, as tradições e a cultura de cada região (DGADR, 2020).

De modo geral, segundo o DGADR (2020), o Turismo em Espaço Rural é entendido como todas as atividades que ocorrem em espaços rurais, sendo importante promovê-

lo de forma harmoniosa e sustentada, no respeito pelas diferenças que caracterizam cada região e pelos requisitos de qualidade e de comodidade exigidos por quem procura.

De acordo com o Decreto-Lei n.º 39/2008, Diário da República (2008), são empreendimentos de Turismo no Espaço Rural os estabelecimentos que se destinam a prestar, em espaços rurais, serviços de alojamento a turistas, preservando, recuperando e valorizando o património arquitetónico, histórico, natural e paisagístico dos respetivos locais e regiões onde se situam, através da reconstrução, reabilitação ou ampliação de construções existentes, de modo a ser assegurada a sua integração na envolvente.

Os empreendimentos de turismo no espaço rural podem ser classificados nos seguintes grupos:

1. Casas de Campo - São casas de campo os imóveis situados em aldeias e espaços rurais que se integrem, pela sua traça, materiais de construção e demais características, na arquitetura típica local. Quando as casas de campo se situem em aldeias e sejam exploradas de uma forma integrada, por uma única entidade, são consideradas como turismo de aldeia.
2. Agroturismo - são empreendimentos de agroturismo os imóveis situados 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.
3. Hotéis Rurais - São hotéis rurais os empreendimentos turísticos que cumpram os requisitos de classificação aplicáveis aos estabelecimentos hoteleiros, podendo instalar-se ainda, em edifícios novos, construídos de raiz, incluindo não contíguos.

O espaço rural transformou-se e adquiriu novas funções, mas sem abdicar do seu papel principal como produtor de alimentos, como refere Baptista (2006), “o rural já está depois da agricultura, mas ainda não é outra coisa, ou melhor outras coisas.”

A evolução e valorização do espaço rural estão relacionadas com a própria evolução da sociedade e de forma a lutar contra a massificação, a homogeneização da sociedade e a alteração dos valores culturais, sociais e ambientais, os indivíduos começam a olhar para o espaço rural com outros horizontes (Cordeiro, 2010).

É possível perceber com base no mencionado por Baptista (2006) e Cordeiro (2010) que o turismo em espaço rural veio contribuir para a melhoria da qualidade de vida das populações através da criação de empregos e da conservação do meio ambiente e do meio cultural uma vez que as unidades hoteleiras em espaço rural vêm ajudar na economia local e geram benefícios para os habitantes.

Segundo Joaquim (2004, p.57), estamos face a “um modelo de desenvolvimento, que pretende ser em simultâneo um instrumento de ordenamento do território e um instrumento de fixação das populações”. A sustentabilidade dos espaços rurais passa também pelo incremento das suas atividades e pela sua diversificação, e o Turismo em Espaço Rural é um exemplo disso.

Esta tipologia de turismo tem crescido progressivamente ao longo dos anos e tem vindo a impor a sua presença, contribuindo para a preservação dos espaços rurais e também para a economia local.

De acordo com dados apresentados pela Pordata (2020), (figura 7), o número de estabelecimentos de Turismo em Espaço Rural em Portugal têm vindo a crescer ao longo dos anos. Entre 2012 e 2014 houve um pequeno declive, mas em 2015 recuperou e teve uma subida exponencial, continuando a subir até 2019.

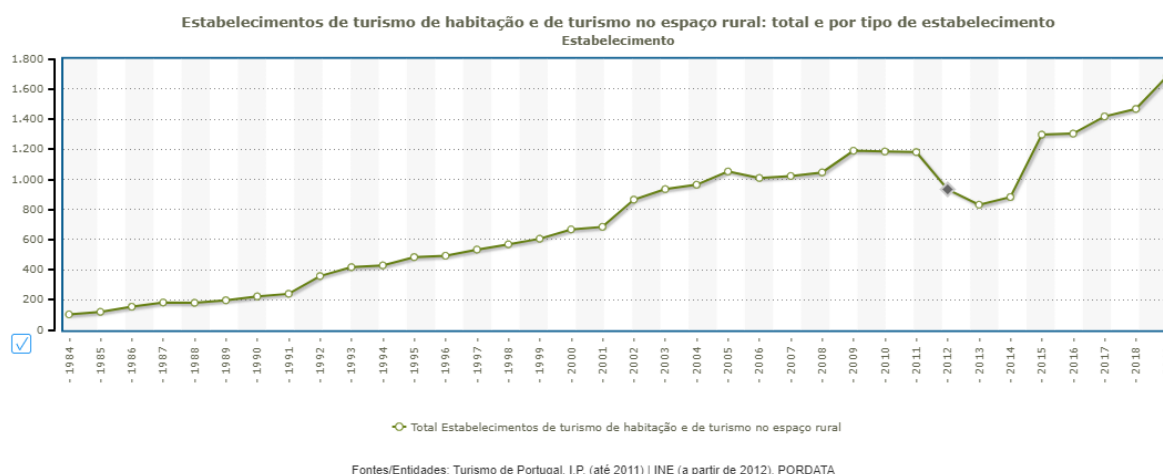


Figura 7 Estabelecimentos de turismo de habitação e de turismo no espaço rural
Fonte: (Pordata, 2020)

O estudo realizado pela Pordata mostra que em 1984 o número de estabelecimentos em Portugal rondava os 103 e em 2019 já contava com 1.687 estabelecimentos, o que demonstra um grande crescimento.

2.5. Turismo sustentável

O turismo sustentável procura um equilíbrio entre três eixos: ecológico, económico e sociocultural, abrangendo, além do ecoturismo, todas as modalidades e destinos turísticos, e todos os segmentos turísticos, com vista à sustentabilidade (Moutinho, 2011).

Os princípios de desenvolvimento de um turismo sustentável e práticas de gestão sustentáveis são aplicáveis a todas as formas de turismo em todos os tipos de destinos. Os princípios de sustentabilidade referem-se aos aspetos ambientais, económicos e socioculturais do desenvolvimento do turismo e um equilíbrio adequado deve ser estabelecido entre estas três dimensões para garantir a sua sustentabilidade a longo prazo.

Segundo a UNWTO (2005) o turismo sustentável deve:

- 1- Aproveitar ao máximo os recursos ambientais que constituem um elemento-chave no desenvolvimento do turismo, mantendo processos ecológicos essenciais e ajudando a conservar o património natural e a biodiversidade.
- 2- Respeitar a autenticidade sociocultural das comunidades anfitriãs, preserve a sua herança cultural viva e construída e os seus valores tradicionais, e contribua para a compreensão e tolerância interculturais.
- 3- Garantir operações económicas viáveis de longo prazo, fornecendo benefícios socioeconómicos a todas as partes interessadas que estão distribuídas de forma justa, incluindo empregos estáveis e oportunidades de gerar renda e serviços sociais para as comunidades anfitriãs, e contribuindo para aliviar a pobreza

Em Portugal, com base no Turismo de Portugal (2017), as políticas de sustentabilidade materializam-se na Estratégia Turismo 2027 que tem como um dos objetivos alargar o turismo durante todo o ano e atingir em 2027 o índice de sazonalidade mais baixo de

sempre, para uma maior sustentabilidade da atividade turística. A temática de sustentabilidade tem ganho relevância para o Turismo e no ano de 2017 foi mesmo considerado pela ONU como o Ano Internacional do Turismo Sustentável (Turismo de Portugal, 2018).

Segundo Luís Araújo (2018), presidente do Turismo de Portugal,

“Em Portugal, pretendemos afirmar o Turismo como hub para o desenvolvimento económico, social e ambiental em todo o território, posicionando Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do mundo. Este desígnio passa por mostrar Portugal como um destino sustentável e inovador com um território coeso em que o trabalho é valorizado. Por outro lado, fazer de Portugal um destino procurado por múltiplas razões (para visitar, investir, viver e estudar), inclusivo, aberto a todos e ligado ao mundo”.

A UNWTO (UNWTO, 2000) também explica que

“Uma abordagem sustentável do turismo significa que nem o ambiente natural nem o tecido sociocultural das comunidades de acolhimento serão prejudicados pela chegada de turistas. Pelo contrário, o meio ambiente natural e as comunidades locais devem beneficiar do turismo, economicamente e culturalmente. A sustentabilidade implica que os recursos e atrações do turismo devam ser utilizados de forma que o seu uso subsequente pelas futuras gerações não seja comprometido.”

Em 2020 o Turismo de Portugal apresentou o Plano de Turismo mais sustentável para 2023, que tem como objetivo tornar o setor mais sustentável e o destino Portugal reconhecido como tal. Este plano para um turismo mais sustentável assenta em quatro eixos estratégicos: estruturar uma oferta cada vez mais sustentável; qualificar os agentes do setor; promover Portugal como um destino sustentável; monitorizar as métricas de sustentabilidade. As metas a atingir em 2023 passam pelo incremento de 50% de empreendimentos turísticos com sistemas de eficiência energética, água e gestão de resíduos, pela eliminação de plástico de uso único em 50% de empreendimentos de quatro e cinco estrelas (Turismo de Portugal, 2020).

2.6. Síntese

Neste capítulo enquadra-se o turismo e as suas variantes que fazem sentido ao projeto e que acabam por se conectar entre elas.

Abordou-se o Turismo de Nicho onde é feita uma explicação do mesmo, estando este associado à tendência de segmentação do mercado e à preocupação de satisfazer o turista que quer experiências reais e autênticas.

No ponto seguinte tratou-se o Turismo de Natureza, fazendo-se uma caracterização do mesmo e apresentando duas formas deste turismo, o soft e o hard que estão relacionados aos tipos de atividades praticadas.

O Turismo em Espaço Rural é apresentado no seguimento do Turismo de Natureza uma vez que, quando se pensa em espaço rural, é feita esta associação à natureza. Neste ponto foi feita a sua caracterização, apresentando os tipos de empreendimentos no TER e abordando a sua evolução e valorização.

Por fim abordou-se o Turismo Sustentável, que procura equilíbrio entre três eixos (ecológico, económico e sociocultural) e, neste ponto, também percebemos quais as características necessárias para se considerar um turismo sustentável.

3. Caracterização do território: a freguesia de Seixas

3.1. Introdução

Neste capítulo procuraremos fazer uma apresentação do território de aplicação, ou seja, a freguesia de Seixas, colocando o foco no seu potencial turístico e histórico, incluindo as zonas adjacentes à freguesia em questão.

Esta caracterização será realizada numa perspetiva geográfica, demográfica, sociocultural e com apresentação da oferta turística e das potencialidades que a região detém para o turismo.

3.2. Turismo no norte de Portugal

O Norte de Portugal possui um património histórico, paisagístico, cultural e arquitetónico muito rico, incluindo alguns pontos que a Organização das Nações Unidas (ONU) para a Educação, a Ciência e a Cultura classificaram ao longo dos anos como património Mundial (Lopes & Soares, 2017).

O Norte apresenta-se de tal forma com importância que o site Visit Portugal destaca que “Portugal nasceu no Norte. Foi na região Porto e Norte que os portugueses começaram enquanto povo e nação” (Visit Portugal, 2018).

No âmbito do PENT são identificados polos de desenvolvimento turístico que “pelos seus conteúdos específicos e distintivos justificam a sua criação numa ótica de desenvolvimento do Turismo internacional (...) e nacional”. Na região do Norte, o Douro foi identificado como um desses polos de desenvolvimento turístico prioritários. Por outro lado, o PENT identifica também produtos turísticos que têm incidência na região do Norte (e não apenas no Douro) que deverão ser potenciados tendo em vista o desenvolvimento turístico da região do Norte nomeadamente gastronomia e vinho, turismo de natureza, turismo cultural e paisagístico, entre outros (CCDRN, 2009).

A região do Norte dispõe de um conjunto de recursos turísticos diversificados e diferenciadores que valorizam e potencializam a região. Especificamente no Minho podem-se destacar os seguintes recursos turísticos: património histórico/religioso;

diversidade de Cidades e Vilas Históricas; vale do Lima; orla costeira; parques naturais; festas e romarias; gastronomia e vinhos verdes e aldeias rurais.

Segundo um estudo da Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte (2009), o destino “Porto” em conjunto com o “Minho” concentram quase 90% do total de dormidas na região do Norte e o turista do Norte é composto, na sua maioria, por residentes em Portugal. Além disso, o seu principal mercado externo é constituído pelos residentes em Espanha.

A importância do turismo na Região Norte tem vindo a crescer na última década, atingindo, em 2014, mais de 3 milhões de hóspedes e cerca de 5,4 milhões de dormidas nos empreendimentos turísticos do Porto e Norte de Portugal (PNP), aos quais se junta ainda o desempenho positivo do RevPAR² e da taxa de ocupação. Segundo o inquérito ao perfil dos turistas internacionais realizado no Aeroporto Sá Carneiro, o consumo médio na região atingiu os 872,00 euros por pessoa, em 2014 (PNP, 2015).

3.3. Motivo da escolha da freguesia de Seixas

A escolha da região, mais especificamente a freguesia de Seixas, deve-se principalmente à sua beleza, história e características naturais, que a diferenciam de outras regiões.

Outro motivo para a escolha desta região, deve-se ao fato de ser uma zona que a mestranda conhece bem e com que se relaciona desde há alguns anos.

Para além da sua beleza natural e cultural, esta região apresenta um grande potencial de crescimento, necessitando de promoção e divulgação adequada para que possa ser mais conhecida e visitada, algo possível como contributo deste projeto.

²RevPAR: É uma métrica de desempenho no setor de hotelaria, calculada dividindo a receita total de quartos de um hotel pela contagem de quartos e o número de dias, no período que está sendo medido.

3.4. Caracterização do meio envolvente

O Alto Minho situa-se no Noroeste de Portugal, na província tradicional do Minho, integrando os concelhos de Arcos de Valdevez, Caminha, Melgaço, Monção, Paredes de Coura, Ponte da Barca, Ponte do Lima, Valença, Viana do Castelo e Vila Nova de Cerveira, com uma população de cerca de 250.000 habitantes, distribuída por uma área territorial de 2.210 km².

O Alto Minho distingue-se pela rica diversidade de património histórico e arqueológico, da arquitetura civil e religiosa, verdadeiro testemunho de culturas e presenças ancestrais. No território encontram-se vários castelos e torres medievais, igrejas e mosteiros tradicionais, pontes, antigas fortificações militares de defesa do litoral e fortalezas, sendo grande parte deste património classificado como Monumento Nacional. É o território do Norte de Portugal com mais imóveis classificados, num total de 53 monumentos nacionais (CIM Alto Minho, 2020).

O Alto Minho é uma região com grande riqueza histórica, onde foram dados os primeiros passos para o nascimento da nacionalidade. Em 1141 travou-se, em Arcos de Valdevez, um momento decisivo da história nacional, onde estiveram envolvidas as tropas de D. Afonso Henriques e do seu primo Afonso VII de Leão e Castela, onde acabou por se estabelecer a fronteira terrestre mais antiga da Europa, com o rio Minho como barreira física.

As vilas do Alto Minho, em particular as localizadas junto ao rio Minho, são agora a prova monumental do passado de defesa, salientando-se as quatro grandes fortalezas do Noroeste português: Monção, Valença, Caminha e Viana do Castelo. Estas grandes construções quinhentistas, seiscentistas e setecentistas perduram até hoje como principais marcas do urbanismo destes locais, pelas suas muralhas ou baluartes. A Fortaleza de Valença tem de tal modo um valor simbólico elevado que é candidata a Património Mundial da UNESCO.

Todas as terras raianas tiveram um importante papel na definição da nacionalidade, conservando ainda os seus castelos, as suas torres de menagem, as suas estruturas defensivas que fazem de Portugal o país europeu com fronteiras estáveis há mais tempo (CIM Alto Minho, 2020).

É aqui no Alto Minho que encontramos Seixas, uma freguesia no concelho de Caminha.

3.5. Seixas – uma freguesia no concelho de Caminha

Seixas é uma freguesia do concelho de Caminha que ocupa uma área de cerca de 440 hectares e é privilegiada por se encontrar na confluência de dois rios: o rio Minho e o Coura. Situa-se aproximadamente a 2km de distância da sede do concelho, Caminha, sendo que estas duas localidades estão separadas pelo rio Coura.

Por seu lado, Caminha caracteriza-se por ser uma vila fronteiriça que se situa entre os rios Minho e Coura. Antiga e rica em património histórico e arquitetónico, é uma vila do Alto Minho no distrito de Viana do Castelo que faz fronteira com Espanha, estando até ligada por um ferry-boat que atravessa o rio Minho.

O concelho de Caminha é limitado pelos seguintes concelhos: a Norte e Nordeste por Vila Nova de Cerveira; a Este por Ponte Lima e a Sul por Viana do Castelo. Fica também protegido por dois montes, na outra margem do rio, na Galiza, o monte de Santa Tecla e no lado português, o monte de Santo Antão.

Este concelho estende-se por uma área de aproximadamente 138 km², dividido em 20 freguesias e com cerca de 16.897 habitantes.

Caminha é um concelho rico em termos ambientais e paisagísticos, possuindo variados e qualificados recursos naturais, patrimoniais e culturais, o que potenciou o crescimento do turismo, principalmente na época balnear (Ribeiro, 2006).

No entanto, durante todo o ano, por ocasião de festividades e aos fins-de-semana, são já muitas as pessoas que escolhem Caminha como destino e, também, como local para ter uma segunda residência. Além disso, possui também diversos parques de merendas e parques infantis, localizados na montanha ou no litoral, lugares de fácil acesso e com uma beleza enorme, que podem ser utilizados em momentos de lazer. Estes parques permitem usufruir do contacto direto com a Natureza, bem como a realização de diversas atividades ao ar livre, contribuindo, assim, para uma melhor qualidade de vida (Câmara Municipal de Caminha, 2020).

No que se refere a empreendimentos turísticos, o Turismo em Espaço Rural (TER) apresenta alguma expressão neste concelho, quer pela riqueza histórica e arquitetónica das suas casas antigas e senhoriais, quer pela possibilidade de usufruto da beleza paisagística e qualidade ambiental já mencionada (Ribeiro, 2007).

Especificamente dentro da freguesia de Seixas encontram-se os seguintes lugares³: Alto da Veiga, Barreiros, Barrosa, Bilhacão, Cabreira, Cancelo, Coura, Crasto, Cruzeiro, Devesa, Facho, Igreja, Lagoa, Monte, Montinho, Parede Alta, Passal, Pereira, Praia, Pobreza, Rabusca, Regata, Renda, S. Bento, S. Sebastião, Sobral, Socorro e Vale.

Seixas é limitada a Norte pela freguesia de Lanhelas, a Sul pelo rio Coura e por Caminha, a Nascente por Vilar de Mouros e a Poente pelo rio Minho, tendo a Galiza na outra margem. Enquanto localidade, Seixas possui muitas casas senhoriais com predominância no Lugar de São Sebastião, mas também os chamados “torreões” (figura 8 e 9), por exemplo, de São Bento, dos Costas, dos Nogueiras, do Terra de Brito, entre outros.



Figura 8 Torreão Fonte: (Penedo, 2019)



Figura 9 Torreão Ventura Terra
Fonte: (Penedo, 2019)

Os habitantes de Seixas são pessoas simpáticas, simples e trabalhadoras. A floresta é uma fonte de recursos naturais que os “seixenses” numa preocupação ambiental preservam. A agricultura foi em tempos o sustento da sua população através do cultivo da batata e do milho e a pesca é, ainda hoje, a principal atividade que fornece aos restaurantes e à população, a gastronomia rica desta freguesia. Começando pelos

³ Lugar: designa-se de “lugar” as principais localidades dentro da freguesia de Seixas.

“meixões” que são uma espécie de enguias, a lampreia (figura 10), o sável, o robalinho e o mujo “peixe branco”, o rio Minho oferece grande variedade de peixe fresco e de qualidade para a mesa dos restaurantes da região



Figura 10 Prato de lampreia. Fonte: Foto da autora

Além da pesca, o rio Minho facilita também o turismo e os desportos náuticos, com a sua proximidade da foz e com o seu grandioso estuário com águas límpidas e calmas. As ilhas existentes no rio Minho propiciam os passeios de barco, o ski aquático, o windsurf, o kitesurf e a pesca.

Seixas é principalmente, um local adequado para se visitar porque, as suas paisagens são únicas e de extrema beleza, as suas igrejas, capelas e cruzeiros são de uma bela e variada arquitetura. Como principal atração, o santuário do patriarca São Bento com o seu largo para desfrutar dos jardins e espaços de lazer. As suas ruas e ruelas são pitorescas e começam desde o Alto do Grito, descendo pelas várias vertentes através do facho, do monte, do feital e de Coura, todas vão dar aos rios Minho e Coura (Freguesia de Seixas, 2011).

Em relação à população que reside em permanência na freguesia de Seixas, é na sua maioria pessoas já com alguma idade que nunca saíram da região e que sempre se dedicaram à terra. A população mais jovem acaba por se deslocar para as cidades vizinhas (como Porto, Viana do Castelo, Braga) para realizar os seus estudos, acabando, nalguns casos, por regressar à terra apenas de passagem/férias.

3.6. Recursos turísticos da região

3.6.1. Atividades na Natureza

No concelho de Caminha é possível fazer diversas atividades, sejam no rio, na serra, no mar ou em outro lugar ao ar livre e em contacto direto com a Natureza. Essas atividades podem ir das mais simples, às mais exigentes. Por exemplo, no rio pode optar-se por atividades mais descontraídas como a canoagem, o kayak, os passeios de barco ou remo (modalidade que tem em Caminha um dos clubes nacionais mais prestigiados), ou outras um pouco mais exigentes do ponto de vista desportivo ou intelectual, como por exemplo ao nível do birdwatching⁴. Em relação a desportos náuticos é possível fazer desde o surf, o windsurf, a vela, o kitesurf, ao bodyboard nas ondas das praias de Moledo, Foz do Minho, Vila Praia de Âncora ou Gelfa, que para além da qualidade das ondas, possuem ainda propriedades terapêuticas.

Segundo a Câmara Municipal de Caminha (2020), no concelho de Caminha existem também várias opções de trilhos e ecovias (figura 11) para fazer uma caminhada ou passeios de bicicleta junto ao rio ou pela serra.



Figura 11 Ecovia Caminho do Rio Minho, Seixas. Fonte: Foto da autora

⁴ Atividade de observação de pássaros selvagens no seu habitat natural.

3.6.2. Gastronomia

A gastronomia e os vinhos são vistos como produto de expressão cultural de um povo, e são envolvidos por simbolismos - quando se come, o que se come, como se come, com quem se come, e criada por definições socio antropológicas formadas ao longo do tempo (Ferro, 2013).

A gastronomia está incluída na história cultural, social, económica e ambiental de uma determinada região e é através da gastronomia local que o turista cria uma maior ligação com o destino em questão (López-Guzmán & Sánchez-Cañizares, 2011). Carvalho (2015) comenta que a comida permite-nos sentir as tradições e rituais de determinada população, associando-se ao património cultural e histórico e às características do território. É possível afirmar que a gastronomia passa pelo cruzamento entre as tradições e as características de um povo ou de um território.

A gastronomia minhota é das mais ricas e variadas de Portugal devido à qualidade e abundância de produtos provenientes dos bons solos e águas da região. Nas carnes destaca-se o cabrito, o cordeiro, o porco e os seus produtos fumados seguindo o modo tradicional. Nos peixes, nomeadamente de água salgada, destaca-se o famoso e apreciado bacalhau (embora não seja pescado na região), que pode ser confeccionado de diversas maneiras. E de água doce os mais consumidos são a lampreia, o sável e a solha. Outros pratos típicos da região são as papas de sarrabulho, os rojões e o caldo verde com a rodela e chouriço.

Segundo o livro “Os sabores do Douro e do Minho: histórias, receitas, vinhos” (Copello, 2019) as receitas da região do Minho passaram facilmente entre a cozinha senhorial e a cozinha popular. O povo repetia as receitas dos senhores em épocas festivas, quando podiam ter o luxo de confeccionar pratos mais elaborados e dispendiosos. Também, de acordo com o mesmo autor, apresentam-se alguns exemplos de pratos específicos em algumas das ocasiões festivas da região:

- Ceia de Natal: bacalhau cozido e doces típicos da época tais como rabanadas, mexidos, aletria, filhoses;

- Semana Santa: Lampreia e sável;

- Santos populares (no mês de junho, nomeadamente Santo António, São João e São Pedro): Cabrito assado com batatas e arroz e de sobremesa leite-creme queimado.

Em particular no concelho de Caminha, destaca-se a solha seca à moda de Lanhelas, a petinga doce, o cabrito à Serra D'Arga, a lampreia do rio Minho e o doce típico “Caminhense” (Figura 12) confeccionado numa combinação única de textura e sabores.



Figura 12 Doce tradicional de Caminha Fonte: Foto da autora

3.6.3. Festividades

O concelho de Caminha é conhecido pelas suas romarias e festas populares onde é visível a sua cultura genuína e os seus costumes. De acordo com o Turismo do Porto e Norte de Portugal (2015), algumas das festas mais conhecidas na região são:

a) Festa em honra de São Bento

Entre os dias 8 a 11 de julho, a freguesia de Seixas está em festa em honra de São Bento, realizadas no largo e capela de São Bento em Seixas. Esta festividade popular, já com tradição, atrai milhares de romeiros à freguesia, quer para participarem no culto religioso, que inclui a entrega dos cravos e outras esmolas a São Bento, quer para desfrutarem da animação que a festa proporciona, como por exemplo as bandas de música, espetáculos de fogo-de-artifício e espetáculos variados.

Do programa religioso destaca-se a missa solene que se realiza na manhã do dia 11, e, nesse mesmo dia à tarde, tem lugar, na praia fluvial, o tradicional sermão ao ar livre e a “Bênção dos Barcos”.

b) Festas em honra de Santa Rita de Cássia

No segundo fim-de-semana do mês de agosto, realizam-se em Caminhas as festas concelhias em honra de Santa Rita de Cássia. Esta festividade popular remonta ao ano 1844, atraindo milhares de pessoas. Do programa religioso, fazem parte os sermões e a majestosa procissão constituída por dezenas de andores e figurantes, sempre acompanhada por uma fanfarra ou banda de música. O programa de animação cultural também é rico e diversificado, com concertos e espetáculos de fogo-de-artifício.

Um dos momentos mais importantes da festa é a monumental serenata de fogo-de-artifício nas margens do rio Coura, que tem sempre lugar na última noite das festividades.

c) Romaria de São João D’Arga

A romaria de São João d’Arga, uma das mais típicas do calendário festivo do Alto Minho, ainda mantém viva a tradição de irem romeiros a pé até São João d’Arga. Após a subida ao monte é cumprida a promessa de dar três voltas à capela e entrega-se a esmola, uma ao santo e outra ao diabo. Durante a noite de 28 para 29 a festa e a animação são garantidas até de madrugada e como a aldeia se situa a uma altitude de cerca de 800 metros e o frio faz-se sentir, os romeiros têm ao seu dispor as especialidades locais: a broa, o chouriço, o cabrito, o vinho verde e o “chiripiti”, que consiste numa mistura de mel e de aguardente, produzidos na serra.

d) Festa em honra de Nossa Senhora da Bonança

A festa em honra de Nossa Senhora da Bonança é a romaria mais popular da comunidade piscatória do concelho de Caminha, com tradição registada desde 1883. O centro da festa é o antigo lugar denominado de Lagarteira, junto ao Forte. A festa conta com bandas filarmónicas, espetáculos de música, dança, folclore, o cortejo Etnográfico, procissões religiosas, fogo-de-artifício, boa comida e bom vinho. O momento alto da

festa é a majestosa procissão naval, onde as embarcações “vestem” o seu melhor traje de festa e, adornadas, dirigem-se ao Forte da Ínsua em Moledo, para aí recolher a imagem da Senhora da Ínsua.

3.6.4. Património histórico edificado

Caminha é um concelho cheio de história, que detém um rico património histórico de natureza religiosa, militar ou civil. A história de Portugal está refletida em cada rua e ruela, canto e recanto do concelho. De acordo com a Câmara Municipal de Caminha (2020), do seu património destacam-se os seguintes pontos de interesse mais conhecidos e visitados:

a) Chafariz

É um chafariz renascentista assente numa plataforma circular vedada por balaustrada de ferro e foi construído entre 1551 e 1553 pelo mestre João Lopes o Velho. O estilo renascentista está presente no classicismo das suas linhas e na sua decoração, da qual se destacam as carrancas, sendo um dos chafarizes mais importantes do Norte de Portugal e da Galiza. Inicialmente situava-se no extremo norte do Terreiro, mas, após as guerras liberais, a câmara manda demolir o pelourinho e coloca o chafariz no seu lugar

b) Igreja da Misericórdia

Uma igreja quinhentista com o seu portal renascentista, situada no centro da vila, perto dos Paços do Concelho. No século XVIII o seu interior foi redecorado com talha dourada e num dos altares destaca-se a imagem da Santa Rita de Cássia

c) Igreja Matriz

O autêntico ex-libris da vila de Caminha, teve, provavelmente duas fases de construção, uma primeira em 1428 e a segunda em 1488 e demorou cerca de 60 anos a ser construída apanhando o reinado de D. João II e de D. Manuel I.

Com projeto do arquiteto biscaíno Tomé de Tolosa e Francisco Fial, diz-se que pertence ao estilo manuelino, porque se inclui no conjunto das igrejas construídas na era de D. Manuel, mas nada, além disso, a enquadra nesse estilo

d) Torre do Relógio

Dá acesso ao centro histórico da vila e é a torre principal das muralhas medievais de Caminha. É atualmente o único torreão remanescente do castelo de Caminha e é Monumento Nacional desde 1951. Em 1973 foi colocado um relógio no cimo da torre, que lhe viria a dar o nome

e) Rua Direita

Caminha terá sido planeada de origem. Possuía uma muralha ovalada que encerrava um espaço urbano perfeitamente ortogonal, dividido por três ruas paralelas no eixo maior e três travessas no eixo menor, dividindo a área urbana em lotes retangulares cujas fachadas mais importantes ficavam voltadas para a rua principal, a Rua do Meio ou Rua Direita

3.6.5. Alojamento, restauração e animação turística

Na freguesia de Seixas existem quatro espaços de restauração, sendo que dois são restaurantes e os restantes dois são café/pastelaria. Em relação a unidades de alojamento, no centro de Seixas existe o Palacete Villa Idalina (Guest House) e o Albergue S.Bento (Albergue), pelo que, a criação de um novo TER poderá constituir-se uma mais-valia para a região. Seixas não conta com a existência de empresas de AT.

3.7. Síntese

Neste capítulo procurou-se explicar o motivo da escolha da região e fez-se uma caracterização do meio envolvente. Segue-se falando sobre Seixas, uma freguesia do Concelho de Caminha, no Alto Minho. No ponto dos recursos turísticos da região são abordadas as atividades na natureza, a gastronomia típica da região, as festividades celebradas, qual o património histórico edificado e faz-se também uma breve nota sobre os alojamentos e a restauração existente em Seixas.

4. Peregrinação no Caminho de Santiago de Compostela

4.1. História dos peregrinos

Peregrinação é o ato de peregrinar, cuja origem etimológica assenta em duas palavras latinas, *per* e *ager* que se podem traduzir como “por campo ou por território”, o que significa que o peregrino é aquele que se desloca de um lugar para outro, em peregrinações, ou seja, viagens ligadas à finalidade e à motivação religiosa (Alves, 2011).

Quando se fala em peregrinações, a maioria das pessoas pensa no Caminho de Santiago de Compostela, um percurso que mistura religião, trekking, misticismo e turismo. Embora seja de conhecimento geral que existem vários trajetos do Caminho de Santiago, diz-se que o verdadeiro caminho de Santiago é aquele que vai da porta da casa de cada peregrino até Santiago de Compostela.

Para Silva (2004), a cidade de Santiago de Compostela é, à semelhança de Jerusalém e de Roma, um dos principais destinos de peregrinação cristã. A sua importância no contexto da história cristã advém da crença sustentada em tradições antigas, que afirmam que o Apóstolo São Tiago foi sepultado no lugar onde atualmente se localiza a catedral de Compostela

Foi pelo Caminho de Santiago que circularam rainhas e príncipes, artistas e pintores, trovadores, as cantigas milagreiras, os romances heroicos, as narrativas e as lendas que encheram a geografia literária medieval. Toda a paisagem física, monumental e humana rimou pelo eco dos peregrinos, pelo andamento dos viajantes, pelos bordões dos romeiros. Por montes, pontes e vales, pelo “Caminho Francês”, pelo “Caminho Português” ou pelo caminho de “Puente La Reina a Santiago” construiu-se uma nova Europa, uma nova sociedade.

“O Caminho de Santiago significou na história do Ocidente uma das mais importantes vias de peregrinações e intercâmbios da cultura. Todos os países da Europa medieval contribuíram ativamente para a sua criação e na realidade nenhuma nação lhe é historicamente estranha. O caminho de Santiago foi um

crisol⁵ em que se fundiram o sentir e o pensamento de muitos homens e de onde nasceu constituído o espírito ocidental” (Silva, 2004, p. 6).

Mendes (2009) refere que um dos principais centros dinamizadores das peregrinações jacobeanas foi a abadia de Cluny, fundada em 910 pelo duque Guilherme da Aquitânia. Posteriormente, os seus monges estabeleceram-se ao longo dos caminhos de Santiago, onde fundaram mosteiros, ergueram igrejas, estabeleceram refúgios, hospícios e outras casas e instituições de assistência aos peregrinos.

O caminho de Santiago é, em terra, o desenho da Via Láctea, que indica a direção de Santiago e na Idade Média servia de orientação aos peregrinos durante a noite. Esta associação deu ao Caminho o nome de Caminho das Estrelas e fez com que a chuva de estrelas passasse a ser um dos símbolos do culto Jacobeano, juntamente com a Cabaça, a Vieira e o Bordão. A cabaça servia para guardar água ou vinho e o bordão para ajudar a caminhar e para afugentar cães e lobos, e ambos faziam parte da indumentária do peregrino (Mendes, 2009).

4.2. Símbolos e rituais do caminho

O caminho de Santiago apresenta diversos símbolos e rituais associados ao mesmo. Pasto e Novo (2016) abordam alguns deles como:

Concha ou Vieira

A concha, passou a ser chamada de concha de Santiago, uma vez que, ao chegar a Santiago os peregrinos recebiam um pergaminho e era colocada uma concha sobre a capa ou sobre o chapéu como prova da sua presença em Santiago. Era também utilizada no regresso dos peregrinos às suas terras, como amuleto de justificação, provando assim a realização de um mérito pessoal.

⁵Crisol: Recipiente em material refractário, geralmente barro, ferro ou platina, utilizado para as reacções químicas a altas temperaturas.

Cruz de Santiago

A cruz de Santiago de cor vermelha e em forma de espada, acredita-se que tenha tido origem na época das cruzadas. Os três lírios representam a honra irrepreensível referentes a traços de carácter moral do apóstolo Tiago e a espada representa o carácter nobre de São Tiago e o modo como foi martirizado, decapitado por uma espada.

Cajado ou Bordão

O cajado era uma vara em madeira resistente que acompanhava o peregrino durante o caminho. Servia para ajudar nas dificuldades e perigos encontrados ao longo do caminho (atravessar riachos, apoio para saltar obstáculos, caminhos mais sinuosos e com lama, servia também para arma de defesa contra animais e ladrões). O cajado é referido no Codex Calixtinus (século XII) onde é referida a bênção que se fazia no início da peregrinação e é visto como o terceiro pé do peregrino, símbolo de fé na Santíssima Trindade.

Cabaça

Utilizada para transportar água e vinho à semelhança da época medieval. Era um equipamento indispensável na peregrinação, tendo-se tornado assim um símbolo do caminho.

Porta Santa

A porta santa da catedral de Santiago apenas se abre durante o ano Jacobeu, ano celebrado cada vez que o dia de Santiago (25 julho) calha num Domingo. Ao passar nesta porta, confessar-se e comungar leva os fiéis a obter indulgências.

4.3. Caminho Português da Costa

O Caminho Português da Costa é o nome dado à rota que liga o Porto a Santiago de Compostela seguindo a sua trajetória pela linha do litoral. A partir do Porto a rota segue para norte pela costa até Valença e Tui, onde se junta ao Caminho Central na Galiza, e segue até Santiago de Compostela. Existe também uma alternativa que atravessa o rio Minho em Caminha e segue até à Guarda, para depois prosseguir o caminho pela costa da Galiza, por Baiona e Vigo, unindo-se em Redondela com o Caminho Central, até ao destino Compostela.

As Câmaras Municipais da Costa do Norte de Portugal, iniciaram em 2010 um projeto intermunicipal para reconhecimento e qualificação do Caminho Português da Costa, mediante ações de identificação e regulação do traçado, da informação e sinalização disponível sobre o caminho em todos os municípios, da disponibilização de informação histórica para contextualizar os bens culturais ligados ao Caminho, e da promoção turística, cultural e social (Hidria, 2013).

O Caminho da Costa é caracterizado pela sua componente mista de itinerário marítimo e terrestre. A utilização deste caminho na peregrinação está essencialmente relacionada com o facto de as viagens marítimas serem mais seguras e rápidas, enquanto os itinerários terrestres estão mais expostos aos perigos. Estes itinerários marítimos tinham por base as rotas comerciais de cabotagem, feitas ao longo da costa atlântica portuguesa, que os peregrinos, grande parte deles estrangeiros, utilizavam para se deslocarem de Lisboa aos portos de Aveiro, Porto ou Viana do Castelo, seguindo posteriormente por terra para Santiago de Compostela (Visit Porto, 2020).

Este trajeto costeiro corre, em primeiro lugar, na direção oeste e avança em paralelo ao rio Minho até chegar ao seu estuário. A destacar-se na paisagem encontra-se o monte de Santa Trega, com um miradouro incrível sobre o Atlântico, célebre pelo seu castro, parcialmente escavado, uma grande povoação que alcançou o seu auge durante a romanização.

O caminho Português da Costa passa pela freguesia de Seixas no percurso entre Caminha e Vila Nova de Cerveira e por esse motivo, há possibilidade de peregrinos pernovernarem em Seixas (figura 14).

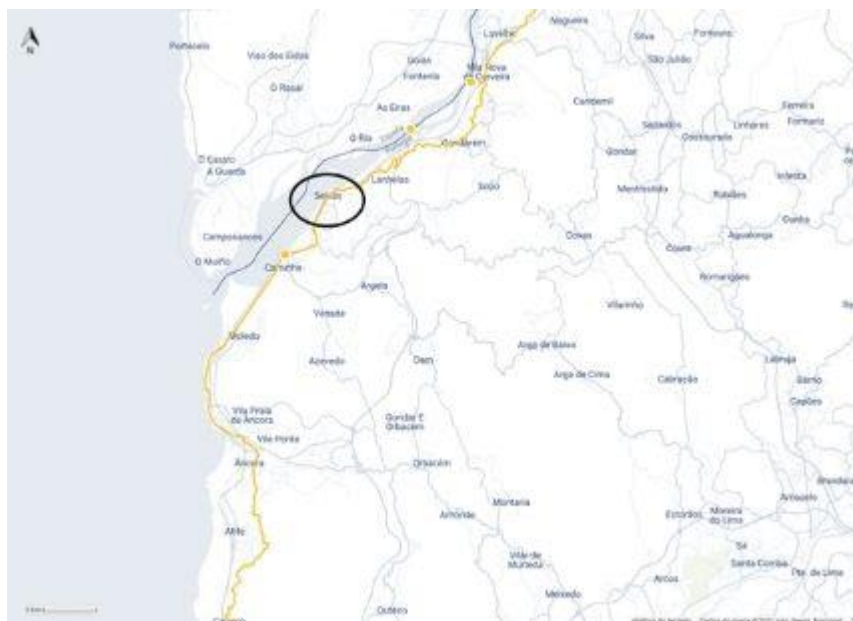


Figura 13 Caminho a passar em seixas Fonte: (Caminho Português da Costa, 2021)

4.4. O Caminho em números

Segundo o Jornal Terra e Mar (2020), o número de peregrinos que atravessam o concelho de Caminha em direção a Santiago de Compostela continua a crescer. De acordo com os registos efetuados nos Postos de Turismo do concelho de Caminha, o número de peregrinos que fazem o Caminho Português da Costa cresceu 36% até ao final do mês de setembro de 2019 e alcançou um novo máximo. Em 2019, até ao final do mês de junho, foi registado, nos Postos de Turismo de Caminha e Vila Praia de Âncora, a passagem de 3.491 peregrinos (Cunha, 2019).

Para Miguel Alves (2019), Presidente da Câmara Municipal de Caminha:

“O crescimento do número de peregrinos de Santiago tem sido impressionante, mas sustentado. Todos os anos se percebe a chegada de mais gente ao nosso concelho que comem, dormem e compram na nossa terra. E mais, tiram fotografias e escrevem sobre a paisagem, a gastronomia, o património e as pessoas, levando as suas opiniões por todo o mundo através das redes sociais”.

Ainda apresentado no mesmo jornal, entre 2015 e 2019, o número de peregrinos registados em Caminha cresceu graças a uma política de atração e investimento público

e privado que tem potenciado a recente descoberta do Caminho Português da Costa feito por milhares de pessoas provenientes de todo o mundo. De uma lista de 63 nacionalidades registadas no posto de turismo no ano de 2019, sobressaem países como Taiwan, Guatemala, Namíbia ou Líbano, demonstrando assim a universalidade do Caminho e da atratividade do fenómeno que passa pelo concelho de Caminha.

4.5. Síntese

O caminho de Santiago de Compostela é realizado anualmente por imensos peregrinos de todas as nacionalidades, existindo mais do que um caminho possível para chegar ao destino. Para quem opta por fazer o caminho português da costa, a freguesia de Seixas fica de passagem e é uma ótima opção para pernoitar.

5. Metodologia e métodos da investigação

5.1. Introdução

Neste capítulo será apresentada a metodologia utilizada, nomeadamente referente às entrevistas realizadas com o intuito de identificar o que o território tem para oferecer em termos de potencial turístico, qual a aceitação do projeto na comunidade e, se um projeto do género do que se pretende apresentar, é pertinente para a região em causa.

5.2. Metodologia de investigação

Uma investigação pode ser definida como sendo o melhor processo de chegar a soluções fiáveis para problemas, através de recolhas planeadas, sistemáticas e respetiva interpretação de dados (Miranda, 2019). O objetivo da pesquisa é dar respostas às questões (Kothari, 2004) através do recurso a metodologias. O termo metodologia refere-se ao modo como abordamos os problemas e procuramos essas respostas, ou seja, é a forma como a pesquisa é conduzida (Taylor, et al., 2016).

Existem duas abordagens básicas para a pesquisa: quantitativa e qualitativa (Kothari, 2004) e de acordo com Saunders et al. (2009) existem três tipos de investigação nomeadamente a pesquisa exploratória, a descritiva e explicativa.

Investigar implica interpretar ações daqueles que são também intérpretes, bem como realizar interpretações de interpretações (Coutinho, 2014). A investigação pode ser definida como algo que as pessoas realizam para encontrar as coisas de forma sistemática, aumentando assim o conhecimento (Saunders, et al., 2009) Portanto, a investigação é uma atividade de natureza cognitiva que consiste num processo sistemático, flexível que contribui para explicar e compreender os fenómenos sociais (Coutinho, 2014).

Para Kothari (2004), a pesquisa refere-se à uma procura de conhecimento e podemos defini-la como a procura científica e sistemática de informações pertinentes sobre um determinado tópico.

Para esta investigação optou-se por realizar uma entrevista estruturada de maneira a recolher a opinião junto de um dos agentes do território, neste caso, uma pessoa da Junta de Freguesia da localidade do estudo (Seixas). Optou-se especificamente por este inquirido uma vez que se considera que o mesmo será conhecedor das necessidades dos habitantes, reside na região e como tal, torna-se um testemunho relevante para este trabalho.

Para além disso, também foi realizado trabalho de campo, ou seja, saiu-se à rua e inquiriu-se a população local que se encontrou e que se mostrou recetiva em participar do estudo. As questões colocadas à população foram de cariz mais simples e direto uma vez que se trata de uma população maioritariamente envelhecida.

Para a análise dos dados recolhidos, opta-se por uma metodologia qualitativa uma vez que o turismo está ligado ao relacionamento entre pessoas e ao seu envolvente, e este tipo de metodologias permite uma análise mais ampla e capaz de estudar este tipo de fenómenos (Guerra, 2006).

É de salientar ainda que, a análise documental realizada para a revisão bibliográfica procurou abrir caminho à sustentação do projeto a desenvolver, e a implementação das entrevistas procurou comprovar a relevância do mesmo projeto na região de Seixas.

5.3. Técnicas e instrumentos de Recolha de Dados

5.3.1. Análise Documental

A definição de Análise Documental tem sido exposta por diferentes investigadores e estudiosos do tema, embora diferentes matizes e aspetos centrais tem prevalecido ao longo do tempo.

A Análise Documental é um processo que envolve seleção, tratamento e interpretação da informação existente em documentos – escrito, áudio ou vídeo – com o objetivo de eduzir algum sentido. No processo de investigação é necessário que o investigador recolha informação de trabalhos anteriores, acrescente algum valor e transmita à comunidade científica para que outros possam fazer o mesmo no futuro (Carmo & Ferreira, 2015).

Neste trabalho procedeu-se à leitura de diversas dissertações dentro do mesmo tema, bem como vários artigos científicos relacionados com o TER.

5.3.2. Entrevistas Estruturadas

Tendo em conta os objectivos traçados para a investigação foi criado um guião, previamente estruturado, pois é essencial para que o entrevistador consiga recolher a informação que pretende do total de entrevistados. A técnica da entrevista estruturada, tem em conta a qualidade e a potencialidade demonstrada pela pessoa a ser entrevistada e também tem em conta fatores como a natureza do objeto em estudo (Alves, 2011).

Após definir-se que o agente a ser entrevistado seria a junta de freguesia de Seixas, iniciou-se o processo de contacto via e-mail dando a conhecer o objetivo do estudo e qual a finalidade da recolha da informação.

As questões colocadas ao entrevistado foram elaboradas do geral para o particular, partindo da revisão bibliográfica, procurando obter informações sobre a região e pontos que justifiquem o desenvolvimento do projeto em questão. Procurou-se também saber quais as características mais fortes da região para a atração turística.

Definiram-se as seguintes questões:

1. Tendo em conta a tendência para a valorização do Turismo de Natureza em Portugal, considera que esta é uma boa tipologia de turismo para atrair visitantes/ turistas a Seixas? (justifique)
2. A entidade hoteleira que se pretende desenvolver neste estudo pretende dar preferência ao uso de produtos regionais. Considera o uso deste tipo de produtos uma mais-valia para este tipo de projetos? Acha que os produtores locais ficariam satisfeitos em poder vender os seus produtos através deste tipo de canais?
3. Considera que uma maior divulgação turística da região, baseada no Turismo de Natureza e em espaço rural, poderá trazer vantagens para a mesma? Que vantagens?

4. Perante uma situação de pandemia sente-se seguro com a existência de uma nova unidade hoteleira a atrair turistas, pessoas de fora, para a sua região?
5. Na sua opinião quais são as características que considera mais importantes e quais os pontos fortes da região, para atrair turistas a Seixas?

Por outro lado, as questões colocadas à população local foram definidas tendo em consideração o tipo de habitantes da região e foram realizadas presencialmente, escolhendo as pessoas de maneira aleatória e garantindo o anonimato dos mesmos.

Uma vez que a população é maioritariamente envelhecida, optou-se por apenas duas questões diretas e simples com o objetivo de entender a sua aceitação em relação ao projeto e à vinda de mais turistas para a região.

As questões definidas foram as seguintes:

1. Gostava de ter mais turistas aqui na região? (justifique)
2. Acha que um novo alojamento aqui em Seixas fazia sentido? (justifique)

A fim de realizar estas entrevistas à população local a mestranda deslocou-se a Seixas para que os habitantes pudessem ser inquiridos pessoalmente, cumprindo com todas as medidas de segurança e distanciamento social inerentes à situação de pandemia de COVID-19.

Para a análise das entrevistas procedeu-se à sua transcrição após conclusão das mesmas (anexo 2). Posteriormente procedeu-se à sua confirmação, através da sua leitura ao mesmo tempo do áudio, verificando tudo ao pormenor, desde as interjeições, às mudanças de entoação. Os entrevistados foram também identificados com um número referente à ordem de realização da entrevista, permitindo a sua identificação, no caso de ser necessário fazer referência às entrevistas, garantindo assim o seu anonimato.

As entrevistas foram analisadas tendo em conta os objetivos propostos, sendo identificadas as potencialidades da região e a aceitação da população para a elaboração do projeto em espaço rural. Para uma melhor análise foi elaborado um mapa de resumo (anexo 3) de acordo com os objetivos pretendidos.

5.4. Síntese

Neste capítulo foram apresentadas as metodologias utilizadas para a elaboração e realização da investigação, bem como, a apresentação e explicação das entrevistas à população da região em estudo.

Começou por ser feita uma revisão bibliográfica dos temas pertinentes ao projeto, como é o caso dos vários tipos de turismo, em especial, o TER. Posteriormente, foi desenvolvido o guião. O guião foi pré-testado, através da realização de uma entrevista, para averiguar aspetos como compreensão, redundância, das questões e testar o fluxo das questões e proceder aos ajustes necessários.

As entrevistas foram divididas em dois guiões, um para a população local e outro para um representante da Junta de Freguesia de Seixas, sendo que as questões da população são mais simples e diretas.

6. Análise dos dados e dos resultados

6.1. Introdução

Neste capítulo são tratados os dados e analisados os resultados obtidos através da metodologia descrita no capítulo anterior. É feita a caracterização da amostra e são apresentados e analisados os dados recolhidos.

6.2. Caracterização da Amostra

A amostra é constituída por 20 participantes da comunidade local dos quais, 11 (55%) são do sexo feminino e 9 (45%) do sexo masculino (tabela 1) de idades compreendidas entre os 45 e os 80 (tabela 2). Complementarmente foi ainda inquirido um elemento da Junta de Freguesia de Seixas, com perguntas mais elaboradas.

A amostra está inserida na freguesia de Seixas que é constituída, segundo dados da Junta de Freguesia desta localidade, por 1.475 pessoas.

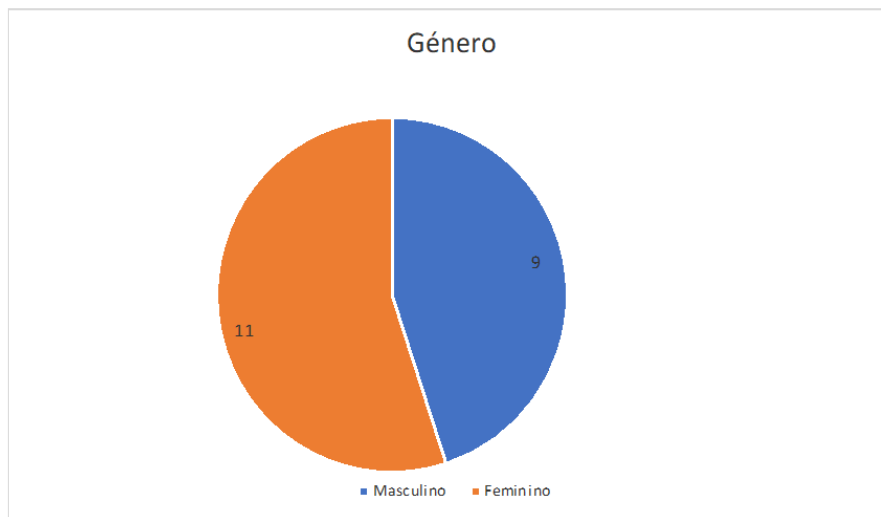


Tabela 1 Distribuição dos entrevistados por género

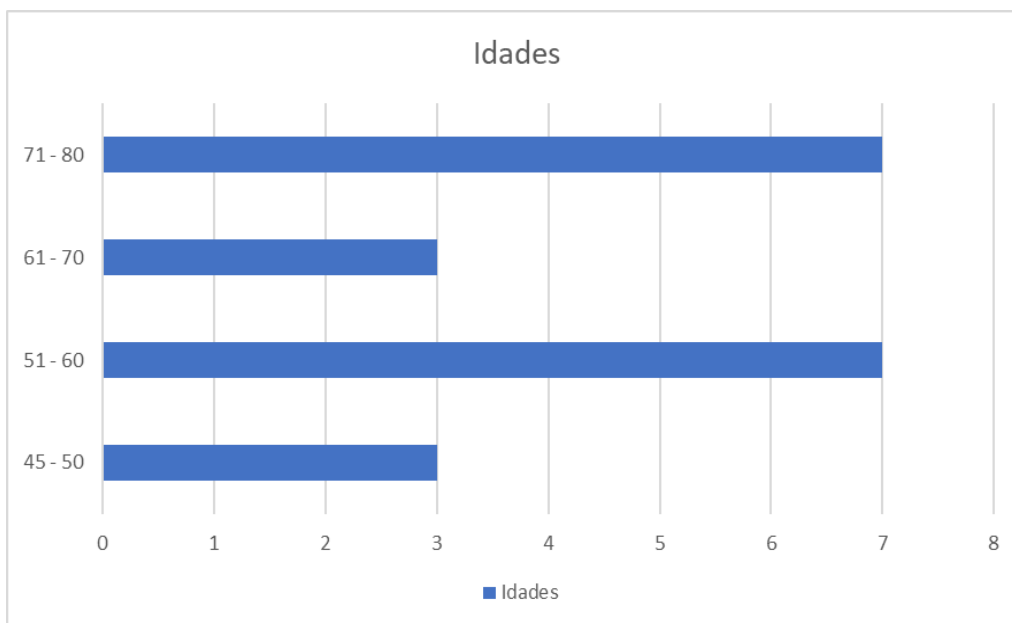


Tabela 2 Distribuição dos entrevistados por grupos etários

As entrevistas à comunidade local foram realizadas presencialmente, seguindo todas as normas de segurança inerentes à pandemia COVID-19, e foram realizadas de forma aleatória à população que se encontrava na rua, na freguesia de Seixas.

A entrevista ao agente da junta de freguesia foi realizada por e-mail devido a dificuldade em agendar uma reunião presencial.

6.3. Apresentação e Análise dos Dados Recolhidos e Tratados

Foram inquiridas 20 pessoas, que responderam a duas questões curtas (anexo 1), e 1 inquirido que respondeu a 5 questões mais elaboradas (anexo 2). No que se refere à entrevista aos transeuntes, não foram inquiridas mais pessoas uma vez que se percebeu não se estar a adquirir informação adicional relevante para o estudo.

À medida que as entrevistas foram realizadas e analisadas, percebeu-se que a maioria dos dados recolhidos seguia uma linha de concordância entre si, demonstrando aprovação com a realização do projeto.

Quando inquiridos relativamente à importância da implementação do projeto de modo a atrair mais visitantes à freguesia, 19 dos 20 entrevistados referiram ser importante e uma mais-valia para Seixas. Um dos entrevistados indicou ainda considerar que fazia

sentido haver mais oferta, mas, no entanto, não acredita existir uma procura que justifique um investimento na freguesia.

“Fazer sentido até que fazia. Mas quem virá investir aqui? Diga-me lá. Isto em vez de andar para a frente anda para trás.” (E7)

Um dos entrevistados (E14) afirmou ser necessário um alojamento de qualidade com ligações à freguesia e que aproveite os recursos naturais e paisagísticos da região, como trilhos, passeios a cavalo e desportos náuticos.

O entrevistado 19 refere ainda que a região tem tudo o que um turista possa procurar, tendo mar, rio, montanhas, tranquilidade, uma natureza incalculável e a proximidade com Espanha.

A possibilidade de o projeto gerar oportunidades de trabalho foi um ponto também referido pelos inquiridos, considerando-o mesmo de extrema importância para a localidade:

“Sim, é sempre bom ter movimento, significa mais trabalho e mais vida para Seixas.” (E9)

“Sim porque dinamiza o comércio local criando novos postos de trabalho e, por conseguinte, aumenta a qualidade de vida dos locais.” (E11)

Na entrevista ao agente da junta de freguesia foi-lhe questionado se existiam vantagens em promover a região como turismo de natureza e em espaço rural ao qual o inquirido demonstrou todo o seu interesse e apoio, referindo as características mais notáveis e importantes a níveis paisagísticos e de património natural:

“Claro. Tal como referi, o melhor que a nossa região tem para oferecer é a natureza, em concreto, a diversidade do nosso território, que vai desde o mar, passando pela montanha e por cursos de água exemplarmente preservados – Rio Minho, Rio Coura, Rio Âncora. O Turismo de natureza, como é consabido, tem uma procura cada vez maior. A referida diversidade do nosso território é absolutamente incomparável. É evidente que a aposta na referida vertente de turismo constituiria, por força das apontadas circunstâncias, uma aposta ganha, sempre e quando os investimentos tenham indubitável patamar de qualidade.”

6.4. Síntese

Os inquiridos demonstraram considerar que a criação de um novo alojamento na região seria uma mais-valia para todos, gerando novos empregos, melhorando a economia e atraindo mais visitantes à freguesia de Seixas. Referem que a região tem imenso para oferecer e que é uma pena não estar a ser aproveitada em termos de turismo. Além disso mencionaram também que é necessário uma boa divulgação e um alojamento de qualidade para que as pessoas optem por ficar em Seixas e não nas localidades vizinhas.

7. Montinho Eco Village – o projecto

7.1. Apresentação do projecto

O turismo tem registado, ao longo dos anos, um elevado crescimento, e as imensas transformações tecnológicas que se têm vindo a registar têm influenciado o comportamento dos mercados. Nesse sentido, o projeto, Montinho Eco Village, surge como resposta à procura por locais turísticos distintos e tem como objetivo promover ativamente a região do Minho, atraindo a si um maior número de pessoas.

O Montinho Eco Village é um projeto de ecoturismo que atua no setor do turismo, estando focado na área ecológica e sustentável. Pretende preservar a tradição, a cultura e os sabores da região ligando-os com a ecologia e a preocupação com o meio ambiente.

O conceito de ecoturismo passa pela criação de uma unidade de alojamento TER, integrado na natureza e que oferece atividades ao ar livre. Pretende-se oferecer um ambiente tranquilo e familiar para se disfrutar em família, com amigos ou até mesmo sozinho, tentando sempre transmitir uma consciência ecológica aos clientes.

O sucesso do projeto depende de uma base sólida e coerente onde a qualidade e inovação são uma constante. Enquanto prestadores do serviço hoteleiro o Montinho Eco Village destaca a sua versatilidade enquanto vantagem competitiva perante a concorrência. Por isso, este projeto tem características diferenciadoras.

O Montinho Eco Village oferece aos clientes um local especializado, de qualidade e charme em toda a sua hospitalidade, bem como, a venda de produtos diferenciados dos encontrados usualmente na localidade.

Esta unidade hoteleira vai reunir uma série de aspetos típicos do local e matérias-primas provenientes da região para, desta forma, valorizar o que de bom a terra tem para nos oferecer.

Os hóspedes podem permanecer no alojamento para disfrutarem das suas férias, ou apenas pernoitar, em especial para aqueles que passam na freguesia de Seixas a caminho de Santiago de Compostela.

7.2. Visão, valores e objetivos do Montinho Eco Village

O Montinho Eco Village tem como visão, assegurar o uso adequado dos recursos naturais, conservação e recuperação dos ecossistemas, pensado sempre na sustentabilidade. Pretende também proporcionar, com rigor e excelência, experiências de lazer na natureza, contribuindo para o bem-estar de clientes, parceiros e colaboradores, e para o desenvolvimento sustentável. Atua na consciencialização ecológica das pessoas e na transmissão e valorização cultural da região do Alto Minho.

O Montinho Eco Village é um projeto assente em valores como:

- Qualidade no atendimento: atenderemos às necessidades e expectativas de cada um dos nossos hóspedes, de modo a proporcionar uma experiência inesquecível;
- Ética e transparência com os nossos colaboradores e clientes, fazendo com que se sintam em casa e criando durabilidade nas relações sociais;
- Competências e comprometimento: fornecer atividades de qualidade e seguras para quem nos visita, protegendo e respeitando sempre o meio ambiente ao redor.

Além disso, tem como objetivo dinamizar a região com a implementação do projeto, criar uma boa relação com os fornecedores e criar expertise nos canais de distribuição, logística e campanhas promocionais. Pretendemos oferecer produtos de alta qualidade para satisfazer as necessidades do consumidor, que nos dias de hoje, é cada vez mais exigente.

7.3. Análise SWOT

A origem da técnica da análise SWOT é creditada a Albert Humphrey, que liderou um projeto de pesquisa na universidade de Stanford nas décadas de 1960 e 1970, utilizando dados de diversas empresas.

A sigla SWOT é oriunda do inglês e é um acrónimo de Forças (Strengths), Fraquezas (Weakness), Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats) (Hofrichte, 2017). Segundo Kotler e Keller (2012) esta avaliação analisa os efeitos do ambiente interno e externos à organização em seu desempenho. (pp. 47-50)

Com a elaboração da matriz SWOT (tabela 3) pretende-se elaborar um resumo da análise interna (pontos fortes e fracos) e da externa (oportunidades e ameaças) do Montinho Eco Village. Com isto, será possível ter uma perceção do seu potencial para o desenvolvimento da atividade turística.

PONTO FORTES	PONTO FRACOS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Localização geográfica ▪ Qualidade e dedicação do serviço ▪ Oferta gastronómica e loja de produtos locais ▪ Área natural de valor reconhecido ▪ Proximidade com Espanha ▪ Recursos naturais e agrícolas ▪ Criação de novos postos de trabalho ▪ Boa comunicação do projecto 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fraca valorização do património ▪ Falta de recursos humanos
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Promoção da região ▪ Atração de investimentos locais ▪ Recuperação do património arquitetónico tradicional ▪ Atração de eventos ▪ Estímulo à conservação ambiental ▪ Crescente uso das redes sociais 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Crise económica e instabilidade política ▪ Região envelhecida ▪ Sazonalidade dos fluxos turísticos ▪ Rede de transportes fraca ▪ Défice na promoção da região ▪ Covid-19 / Pandemia

Tabela 3 Análise SWOT

Os pontos fortes do projeto são a localização, a qualidade e dedicação do serviço, a oferta gastronómica e loja de produtos da região. O website apelativo, bem como, redes

sociais com bastante interação são também aspetos a realçar para uma boa comunicação do projeto.

Como ameaças encontramos a questão da sazonalidade, mas que vamos tentar combater. Ao longo do ano, será feita a promoção do espaço para que, mesmo na época baixa, não se verifique uma redução significativa da procura.

Procuramos estar sempre informados acerca de todos os eventos da região, associando-nos como opção de estada para fim-de-semana ou férias.

Dentro da análise interna, é importante salientar os pontos positivos do projeto, como é o caso da vasta área natural em que se integra e que atrai vários visitantes, amantes do turismo de natureza, turismo este que tem vindo a desenvolver-se cada vez mais.

Outro ponto positivo que merece ser destacado, é a proximidade com Espanha, permitindo ao visitante usufruir da sua experiência de natureza no Alto Minho, mas ao mesmo tempo, ter oportunidade de ir passar um dia a Espanha e poder conhecer a sua gastronomia e paisagens.

Em relação aos pontos negativos, destaca-se a fraca rede de transportes públicos da região, que leva a que seja necessário o visitante deslocar-se no seu transporte pessoal, e a degradação do território, por consequência do seu despovoamento.

Na análise externa, os fatores aqui identificados podem ser utilizados para o desenvolvimento do negócio e também do território, mantendo sempre a preocupação sustentável e de conservação do mesmo e da sua imagem turística.

7.4. Potenciais parceiros / entidades a envolver

O Montinho Eco Village pretende dar valor agregado a cada um dos seus produtos, para isso os fornecedores serão produtores locais com os quais se pretende manter uma relação profissional baseada em princípios éticos. O projeto pretende promover o envolvimento e participação de produtores e fornecedores locais de modo a gerar emprego na região e dar a conhecer aos seus hóspedes os produtos da terra. Por exemplo, os legumes/vegetais serão comprados a agricultores da região gerando assim mais trabalho e remuneração para os mesmos.

7.5. Caracterização do *Target*

Uma boa caracterização do Mercado turístico passa por uma segmentação do mesmo. Esta segmentação ocorre para que seja possível identificar-se mais facilmente o target e para que sejam aplicadas as estratégias mais adequadas aos objetivos da empresa/entidade.

No caso da hotelaria, os segmentos de mercado podem ser divididos nas seguintes áreas: “individuais, grupos e *corporate*, sendo que dentro destes segmentos podemos ainda segmentar a procura de acordo com a motivação dos turistas bem como pelo canal privilegiado para a realização das reservas” (Pestana, 2017, p. 18).

Através desta segmentação é possível ir ao encontro das necessidades do consumidor. “As vantagens são diversas, nomeadamente a análise do mercado, que permite detetar oportunidades, identificar grupos satisfeitos e facilitar a análise da competitividade” (Côrte-Real, 2013, p. 61).

No sector turístico, é importante entender o processo que o turista leva desde que toma a decisão até que chega ao alojamento. Atualmente, através de uma pesquisa no Google, temos acesso a bastante informação, de maneira rápida e direta, o que ajuda no mapeamento do destino, ou seja, basta pesquisar o destino que se deseja e rapidamente se tem acesso a diversas informações sobre o mesmo (alojamentos, transportes, o que fazer, restauração, etc.)

O projeto do ecoturismo “Montinho Eco Village” é direcionado para o Turismo de Natureza e para as atividades relacionadas com o mesmo. Assim sendo, o público-alvo são pessoas que procurem um lugar tranquilo, com contacto com a natureza e com atividades ao ar livre, que lhes permita fugir ao stress e à rotina das grandes cidades. Estas pessoas podem vir de todas as partes de Portugal ou até mesmo do estrangeiro e podem viajar sozinhas ou em grupo.

Dentro do target são também considerados os peregrinos de Santiago de Compostela, uma vez que o projeto tem uma parte destinada aos mesmos, com *packs* e preços adequados a estes clientes.

O objetivo é atingir a classe média que será a mais frequente, embora também existam outras tarifas para outros segmentos.

7.6. Arquitetura do projeto

7.6.1. Recursos Humanos e *facilities*

O Montinho Eco Village é um projeto de gestão familiar que contará com 7 colaboradores, nomeadamente para as seguintes áreas:

- 2 elemento para receção
- 1 para o serviço de pequenos-almoços
- 2 para o *housekeeping*;
- 1 para o departamento de comunicação e gestão de redes sociais e;
- 1 para o departamento financeiro

É um estabelecimento hoteleiro de pequena dimensão que permanecerá aberto o ano inteiro. Os hóspedes terão acesso gratuito à rede *wi-fi*, em toda a área do hotel, através de uma senha de acesso fornecida no *check-in*.

7.6.2. Unidades de alojamento

O Montinho Eco Village dispõe de 10 casas de tipologia T1 localizadas num terreno amplo (Figura 14).



Figura 14 Delimitação do terreno associado ao Montinho Eco Village (Fonte: Google Earth)

Todas as casas têm WC privativo, bem como, alpendre. Estas casas estão devidamente equipadas com todas as condições necessárias para garantir uma estada confortável aos seus hóspedes, nomeadamente com:

- Cama de casal;
- Sofá-cama, possibilitando pessoas extra;
- Frigorífico;
- Chaleira elétrica (incluindo chá e café);
- Ar condicionado.

Na parte exterior (alpendre) cada casa terá também uma mesa com quatro cadeiras, permitindo conviver com a Natureza como plano de fundo.

A casa “mãe” (unidade central) irá apresentar na parte exterior uma estrutura tipicamente minhota, de granito e carvalho, enquanto as restantes, serão apenas de carvalho (fig.15). O jardim envolvente terá um poço, árvores de fruta, espaço de lazer com sofás e uma esplanada que permitirá tomar refeições em contato com a Natureza sempre que as condições meteorológicas o permitam.



Figura 15 Exemplo de casa Fonte: (Archiexpo, 2018)

No interior, o Montinho Eco Village vai apostar num design básico e numa decoração simples, mas calorosa e acolhedora, sempre associada a elementos naturais e locais.

A sala de refeições (fig.16), na unidade central, terá as paredes de granito e carvalho, o teto com vigas de madeira, uma grande lareira de forma a dar um maior conforto aos clientes no inverno, o chão de madeira, uma luz quente, as mesas também elas em madeira, tons terra e torrado nas cadeiras, toalhas de mesa coloridas, tudo para proporcionar aos clientes um local alegre, confortável e onde se sintam bem e em casa. Elementos decorativos como velas, vasos de barro e cerâmica com catos, contribuirão para dar cor e um ar rústico ao espaço.



Figura 16 Sala de refeições Fonte: (Elaborado pela autora no Sketchup)

Na entrada do restaurante serão utilizados tons terra e amarelo-torrado, com focos de luz quentes e o balcão em madeira. Uma das paredes da entrada terá o logotipo pintado com focos de luz, de modo a ganhar força e transmitir a sua marca. Nas outras paredes algumas ilustrações de práticas agrícolas, bem como, de paisagens da região. Na entrada estarão também expositores de produtos para venda, de modo a promovê-los junto dos clientes, e uma estante em madeira com livros, para relaxar e colocar a leitura em dia.

O Montinho Eco Village irá ter também flores ao longo do seu espaço, bem como, incenso na entrada para dar um ar harmonioso a quem vai ao restaurante ter uma refeição regional.

Na casa mãe encontra-se a receção que está disponível 24 horas, a sala de estar, sala de pequeno-almoço e 4 quartos, 2 da gerência e 2 disponíveis para hóspedes (fig.17). O Eco turismo tem um jardim com biodiversidade típica da região que permite relaxar, bem como uma piscina biológica⁶ para refrescar nos dias de mais calor.

⁶ Piscina biológica: na construção e manutenção destas piscinas, recorre-se a processos biológicos utilizando a vegetação como filtros naturais de água.



Figura 17 Quartos na casa mãe Fonte: (Elaborado pela autora no Sketchup)

7.6.3. Sustentabilidade

Sendo um alojamento sustentável, optou-se pela utilização de lâmpadas LED, reutilização da água, implantação de painéis solares para geração de energia e a reciclagem de lixo. Estas ações dão credibilidade ao estabelecimento e uma boa avaliação dos hóspedes. Em alguns casos, estas medidas até facilitam na manutenção do hotel.

Visando sempre a questão ecológica, as lâmpadas LED serão de cor quente, adaptável a qualquer tipo de espaço, a luz é gerada de forma instantânea, não existindo tempo de espera para obtenção da iluminação completa. Contrariamente às lâmpadas tradicionais, estas são resistentes ao choque.

As perdas de energia sob forma de calor são mínimas, o que impede o aquecimento da lâmpada e são recicláveis. As áreas comuns estão equipadas com sensores de movimento para os gastos serem menores.

Apostamos no consumo reduzido da rede elétrica aproveitando o sol como fonte energia renovável. O sistema de energia solar vai permitir o autoconsumo através da produção e consumo da própria energia.

Para poupar água, os chuveiros e torneiras têm um dispositivo redutor de pressão. Este é inserido no sistema hidráulico e ajuda a controlar as variações do fluxo da água. As vantagens, além da poupança, são que as mudanças de temperatura são eliminadas e a qualidade da água fornecida aos hóspedes é superior. No autoclismo é utilizado um sistema que permite a descarga total ou parcial do reservatório.

Uma vez que somos ecologicamente responsáveis, as casas são feitas em madeira pela sua beleza, durabilidade e eficiência térmica e acústica. Graças à baixa condutibilidade térmica garantem um isolamento superior às construções convencionais. Este tipo de casas permite poupar energia e reduzir a produção de CO₂, sendo uma solução competitiva no mercado da sustentabilidade.

A utilização da madeira garante a proteção do meio ambiente, preservando-o. Além disso, as casas em madeira são mais resistentes contra sismos, promovendo a segurança dos nossos hóspedes.

Segundo a Norma Portuguesa 4507 para empreendimentos de Turismo na Natureza, os objetivos são

“distinguir a qualidade dos serviços de Turismo de Natureza, no que diz respeito à componente de alojamento, na ótica de um desenvolvimento sustentável das áreas protegidas ou com valores naturais considerados relevantes, reconhecendo a sensibilidade dos valores ambientais e paisagísticos em causa e assegurando a manutenção dos processos ecológicos essenciais à sua preservação.” (Turismo de Portugal, 2012, p. 1).

7.7. Produtos e serviços

No Montinho Eco Village encontra à mesa a tradição e gastronomia regional. O pequeno-almoço conta com produtos tradicionais e locais como compotas caseiras, mel, fruta, enchidos, pão caseiro, sumos naturais, entre outros. Além disso, é ainda possível aos hóspedes a aquisição destes produtos regionais no nosso espaço.

Do variado leque de produtos da região destaca-se:

- Broa de milho
- Fumeiro (chouriça de sangue, chouriça de carne, presunto de Melgaço, salpicão)
- Doces e compotas caseiras
- Mel da serra d'Arga

A loja terá uma vitrine cuidadosamente decorada para atrair os clientes e o *packaging* é um ponto essencial na comunicação dos produtos. Os produtos serão embalados apresentando sempre um visual atrativo. O foco principal está relacionado com a qualidade do nosso serviço e dos nossos produtos.

Algumas das principais atividades do Montinho Eco Village são a observação da fauna e flora da região, caminhadas e passeios de bicicleta nas ecovias junto ao rio e passeios noturnos.

7.8. Comunicação e promoção

Comunicar é essencial para qualquer marca se fazer sentir e até existir e para uma boa divulgação é fundamental dar a conhecer e divulgar o projeto e os serviços/atividades juntos de potenciais clientes.

Segundo Kotler e Keller (2006) a eficácia da comunicação depende de como a mensagem é expressa, assim como do conteúdo da mensagem em si. Uma comunicação ineficaz pode significar que se optou por uma mensagem errada, ou que a mensagem certa foi transmitida insatisfatoriamente. Assim sendo, é através da comunicação que o Montinho Eco Village, se vai fazer notar e demonstrar a sua autenticidade e credibilidade face à concorrência.

Através dos media, as novas tecnologias de informação e comunicação vieram revolucionar o modelo tradicional de emissão e receção da informação, permitindo assim uma maior partilha de informação. A tecnologia de informação transforma e é transformada constantemente (Martini, 2017).

Em primeiro lugar, será criada a marca Montinho Eco Village através da elaboração de um logótipo (fig.18) com uma imagem *clean* mas que fica na memória. Em segundo, será elaborado um plano de comunicação e marketing mais focado no digital, de modo

a chegar a clientes nacionais e internacionais. As plataformas digitais utilizadas serão o Instagram, o website do alojamento (com um domínio próprio), Facebook e Booking.com.



Figura 18 Logótipo Fonte: (Elaborado pela autora)

Os objetivos da comunicação e promoção passam por criar notoriedade e reputação, visibilidade no *online* para promover os produtos, serviços e aumentar as reservas e participação em feiras da especialidade, que decorrem ao longo do ano em diferentes países, para promover a marca e criar *awareness*.

A nível de plano de comunicação e marketing, o foco será na criação de boa relação com meios de comunicação (*travel* e *lifestyle*) e ações com *bloggers* nacionais e estrangeiros ligados à área do turismo, para deste modo, exercerem influencia sobre a sua comunidade digital.

Como forma de divulgar o espaço, os hóspedes serão convidados a fazer tag do espaço nas redes sociais, ou utilizar o *hashtag* #MontinhoEcoVillage, com a possibilidade das suas fotografias serem repostadas.

Procuramos estar sempre a par de todos os eventos (festas, feiras e outros) da região e associarmo-nos como local ideal para estada. Considera-se ainda importante divulgar o alojamento junto de agências e associações de turismo, postos de turismo e entidades ligadas ao TER.

7.9. Apoios e viabilidade

Para a implementação do projeto serão necessários apoios financeiros para o investimento inicial de modo a criar e expandir o negócio.

O Turismo de Portugal IP presta apoio técnico e financeiro no setor do turismo e gera instrumentos de apoio financeiro ao investimento, incentivando as práticas de excelência. Além disso, apoia projetos com foco na sustentabilidade, na coesão territorial, no crescimento de valor, na inovação, empreendedorismo e tecnologia na valorização das pessoas, potenciando o efeito multiplicador do turismo enquanto motor de desenvolvimento económico e social local e afirmando Portugal como destino inclusivo (Turismo de Portugal, 2020).

Uma vez que o Montinho Eco Village se enquadra nos pontos anteriormente referidos, faz todo o sentido concorrer a programas de apoio financeiro desta entidade pública. Aqui destacam-se especificamente o apoio à qualificação da oferta, destinado ao financiamento a médio e longo prazo de projetos turísticos que se traduzam na criação de empreendimentos, estabelecimentos e atividades implementados nos territórios de baixa densidade (Turismo de Portugal, 2021).

Em termos de viabilidade, como já foi referido anteriormente, o Montinho Eco Village localiza-se numa região com pouca oferta turística e é um alojamento diferenciador em comparação com os seus concorrentes trazendo benefícios para a aldeia e para as pessoas locais, tanto a nível económico como social.

8. Conclusões e Considerações Finais

8.1. Conclusões e considerações

A presente dissertação aborda a temática do turismo em espaço rural e na natureza na região do Alto Minho, em particular, na freguesia de Seixas. É importante relembrar que o trabalho teve como principal objetivo dar resposta à questão de partida formulada, “Pode um ecoturismo contribuir para dinamizar a atividade turística na região do Alto Minho? “ e desenvolver uma proposta de um alojamento sustentável, com vista à valorização da atividade turística como meio dinamizador desta região.

É fundamentado na revisão bibliográfica que, de um modo geral, o Turismo em Espaço Rural e na Natureza contribui para dinamizar a atividade turística da região onde é dinamizado. O enquadramento da freguesia de Seixas na região do Alto Minho, confere-lhe características naturais e a proximidade com diversos parques naturais e também com Espanha, o que permite, a quem visita Seixas, visitar outros locais nas redondezas. A oferta de alojamentos turísticos na freguesia é fraca, o que faz do Montinho Eco Village uma mais-valia.

As metodologias de investigação utilizadas permitiram identificar as potencialidades do território em estudo e as qualidades do mesmo, no que diz respeito ao turismo em espaço rural e à contribuição para o desenvolvimento local.

Nesta fase deste trabalho considera-se ter-se cumprido os vários objetivos propostos no capítulo 1. Em primeiro lugar foi proposto identificar quais as potencialidades e recursos turísticos da região para, da melhor forma, poder ser promovido o alojamento e o território. Este objetivo é cumprido no capítulo 3, onde é feita a caracterização do território em estudo.

Foi proposto garantir que a unidade hoteleira a desenvolver tivesse um papel crucial no apoio aos peregrinos de Santiago de Compostela. Para além de o capítulo 4 ser dedicado exclusivamente aos peregrinos, no capítulo 7 é mencionado que os mesmos, terão tarifas especiais para pernoitarem no Montinho Eco Village.

Os restantes objetivos são todos cumpridos no capítulo 7, que é dedicado ao projeto, nomeadamente o desenvolver um produto diferenciador dos demais existentes na região. Isso é cumprido uma vez que na freguesia de Seixas não existe qualquer tipo de

alojamento turístico com as características apresentadas neste projeto e com a preocupação de sustentabilidade que o Montinho Eco Village tem.

Outro dos objetivos passava por listar possíveis parceiros de modo a promover o envolvimento e participação de produtores e fornecedores locais, apostando na boa relação entre a marca e os seus stakeholders, e embora não sejam mencionados nomes/entidades específicas, no capítulo 7, no ponto 7.4 são referidos de um modo geral, os potenciais parceiros e entidades a envolver.

Por fim, incluir no projeto, inovação tecnológica com vista a reduzir o impacto no meio ambiente é referido no ponto 7.6.3 que apresenta o plano de sustentabilidade do projeto. A utilização de lâmpadas LED, reutilização da água, implantação de painéis solares para geração de energia e a reciclagem de lixo, são ações que reduzem o impacto no meio ambiente e criam uma boa relação com os hóspedes.

8.2. Limitações e perspectivas futuras

As limitações que a realização deste estudo apresentou, dizem respeito sobretudo ao número de entrevistados ser reduzido e pouco variado no que se refere às faixas etárias. No entanto, deve ser considerada a defesa das opiniões e ideias individuais dos mesmos, no sentido comum da generalidade, em relação às questões que lhes foram colocadas.

A exigência de qualidade nas respostas colocadas à comunidade local pode não ser a mais eficiente, mas é de salientar que as questões foram elaboradas a pensar numa população mais envelhecida, e por isso um pouco sucintas. Os resultados devem ser interpretados e inferidos tendo estas características em consideração.

A ausência de dados estatísticos relativamente ao número de peregrinos de Santiago de Compostela pelo Caminho Português da Costa não permitiu trazer uma ideia concreta da dimensão deste possível segmento.

Ainda assim consideramos que este trabalho contribui para aumentar o conhecimento do território em estudo, tendo sido abordadas as principais características da região para a prática do Turismo em Espaço Rural. Além disso, fornece também informações importantes para a criação de um alojamento turístico dedicado à natureza, com foco na sustentabilidade, na região do estudo.

9. Referências Bibliográficas

AEP, 2008. *Turismo de Natureza*. [Online]
Available at: <https://docplayer.com.br/4853818-Turismo-de-natureza-aep-gabinete-de-estudos.html>
[Acedido em 2 Fevereiro 2020].

Alves, M., 2019. *Jornal Terra e Mar - Número de peregrinos do caminho de santiago cresce 36%*. [Online]
Available at: <https://www.jornalterraemar.pt/numero-de-peregrinos-do-caminho-de-santiago-cresce-36/>
[Acedido em 15 Dezembro 2020].

Alves, M. L. B., 2011. Reflexões sobre a pesquisa qualitativa aplicada ao turismo. *Turismo em Análise*, pp. 599-613.

Alves, S., 2011. *A Antevisão do Peregrino na Iconografia de São Tiago no Caminho Português de Santiago entre Viseu e Chaves..* [Online]
Available at:
<https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/15849/1/Iconografia%20de%20S%C3%A3o%20Tiago%20no%20Caminho.vol.I.Sandra%20Alves.pdf>
[Acedido em 3 Dezembro 2020].

Anjos, A. M., 2013. *Lisboa: Destino Turístico de City Breaks na Vertente de Shopping*. [Online]
Available at: <http://hdl.handle.net/10400.26/6278>
[Acedido em 8 Dezembro 2020].

Araújo, L., 2018. *Travel BI*. [Online]
Available at: <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/Sustentabilidade.aspx>
[Acedido em 16 Outubro 2020].

Baptista, F., 2006. O Rural depois da Agricultura. In: *O espaço rural : declínio da agricultura* . Lisboa: CEG, pp. 85-100.

Câmara Municipal de Caminha, 2020. *Caminha Município*. [Online]
Available at: <https://www.cm-caminha.pt/pages/1104>
[Acedido em 1 Novembro 2020].

Câmara Municipal de Caminha, 2020. *Caminha Município - Atividades da Natureza*. [Online]
Available at: <https://www.cm-caminha.pt/pages/1110>
[Acedido em 16 Fevereiro 2020].

Câmara Municipal de Caminha, 2020. *Caminha Município - Património Histórico*. [Online]
Available at: <https://www.cm-caminha.pt/pages/1118>
[Acedido em 1 Novembro 2020].

Caminho Português da Costa, 2021. *Caminho Português da Costa*. [Online]
Available at: <http://www.caminhoportuguesdacosta.com/pt/o-caminho>
[Acedido em 10 Agosto 2021].

- Carmo, H. & Ferreira, M. M., 2015. *Metodologia da investigação : guia para auto-aprendizagem*. [Online]
Available at: <http://hdl.handle.net/10400.2/5963>
[Acedido em 21 Outubro 2020].
- Carvalho, R. J., 2015. *O perfil e as motivações do visitante gastronómico e do enoturista de Guimarães*. [Online]
Available at: <http://hdl.handle.net/1822/40765>
[Acedido em 6 Junho 2020].
- CCDRN, 2009. *Turismo na região do Norte de Portugal*. [Online]
Available at: https://www.ccdr-n.pt/storage/app/media/files/ficheiros_ccdrn/ficheiros_RegNorte/turismo_2009.pdf
[Acedido em 10 Dezembro 2020].
- CIM Alto Minho, 2020. *Alto Minho Património Classificado*. [Online]
Available at: http://www.cim-altominho.pt/fotos/editor2/desdobravel_aprimonio.pdf
[Acedido em 15 Fevereiro 2020].
- Copello, M., 2019. *Os sabores do Douro e do Minho: histórias, receitas, vinhos*. 1ª ed. São Paulo: Senac São Paulo.
- Cordeiro, T. M., 2010. *Turismo em Espaço Rural*. [Online]
Available at: <http://hdl.handle.net/10400.26/2454>
[Acedido em 24 julho 2020].
- Côrte-Real, A. R., 2013. *Turismo de Elite e Segmentação da Oferta*. [Online]
Available at: <https://eq.uc.pt/bitstream/10316/36110/1/Turismo%20de%20Elite.pdf>
[Acedido em 22 Novembro 2019].
- Coutinho, C. P., 2014. *Metodologia de investigação em ciências sociais e humanas: Teoria e Prática*. 2ª ed. s.l.:Grupo Almedina.
- Cunha, A., 2019. *Alto Minho TV - Número de peregrinos que seguem santiago atingiu recorde em caminha*. [Online]
Available at: <http://www.altominho.tv/site/2019/07/26/numero-de-peregrinos-que-seguem-para-santiago-atingiu-um-valor-recorde-em-caminha/>
[Acedido em 15 Dezembro 2020].
- DGADR, 2020. *Turismo em espaço rural*. [Online]
Available at: <https://www.dgadr.gov.pt/diversificacao/turismo-rural>
[Acedido em 27 Abril 2020].
- Diário da República, 2008. *Regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos*. [Online]
Available at: https://dre.pt/web/quest/legislacao-consolidada/-/lc/70186981/201704090216/exportPdf/normal/1/cacheLevelPage?LegislacaoConsolidada_WAR_drefrontofficeportlet_rp=indice
[Acedido em 13 Dezembro 2020].
- Ferreira, C. C. & Simões, J. M., 2009. *Turismos de nicho - motivações, produtos, territórios*. Lisboa: Centro de Estudos da Universidade de Lisboa.
- Ferro, R., 2013. Revista Contextos da Alimentação. *Gastronomia e Turismo Cultural: reflexões sobre a cultura no processo do desenvolvimento local*, 18 Dezembro, p. 49.

- Freguesia de Seixas, 2011. *Junta de Freguesia de Seixas*. [Online]
Available at: <http://jf-seixas.com/historia/>
[Acedido em 30 Outubro 2020].
- Guerra, I. C., 2006. *Pesquisa qualitativa e análise de conteúdo: sentidos e formas de uso*. 1ª ed. Estoril: Principia.
- Hidria, 2013. *Estudo do Traçado do Caminho de Santiago*, Galicia: Projeto de Cooperação Transfronteiriça "Euroregión 2020" .
- Hofrichte, M., 2017. *Análise SWOT: quando usar e como fazer*. 1ª ed. s.l.:Simplissimo.
- Hooley, G. J. & Saunders, J. A., 1993. *Competitive Positioning: The key to Market Success*. 1ª ed. London: Prentice Hall.
- ICNF, 1998. *Instituto da Conservação da Natureza e Florestas*. [Online]
Available at: <https://icnf.pt/turismodenatureza/turismosustentavel>
[Acedido em Setembro 22 2020].
- ICNF, 2015. *Carta Europeia do Turismo Sustentável*. [Online]
Available at: <https://icnf.pt/turismodenatureza/turismosustentavel>
[Acedido em 1 Abril 2020].
- INE, B. d. P., 2018. *Turismo de Portugal*. [Online]
Available at:
http://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/visao_geral/Paginas/default.aspx
[Acedido em 20 Março 2020].
- Joaquim, G., 2004. Turismo sustentável: o desafio da inovação e da tradição. In: *Turismo em Espaços Naturais e Rurais*. Coimbra: Instituto Politécnico de Coimbra, pp. 57-64.
- Jornal Terra e Mar, 2020. *Jornal Terra e Mar*. [Online]
Available at: <https://www.jornalterraemar.pt/caminha-regista-crescimento-de-382-no-numero-de-peregrinos-do-caminho-de-santiago/>
[Acedido em 6 Outubro 2020].
- Kothari, C. R., 2004. Research Methodology: An Introduction.. In: *Research Methodology: Methods and Techniques*.. s.l.:New Age International, pp. 1-7.
- Kotler, P. & Keller, K., 2006. *Administração de Marketing*. 14ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. & Keller, K. L., 2012. *Marketing Management*. 14ª ed. s.l.:Prentice Hall.
- Lopes, A. P. & Soares, F., 2017. *Tourism planning and development: the case of Portugal's Norte region*. [Online]
Available at: <http://hdl.handle.net/10400.22/10353>
[Acedido em 19 Março 2020].
- López-Guzmán, T. & Sánchez-Cañizares, S. M., 2011. *Gastronomy as a tourism resource: profile of the culinary tourist*. [Online]
Available at:
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13683500.2011.589895?journalCode=rcit20>
[Acedido em 2 Junho 2020].

- LUSA, A., 2020. *Observador*. [Online]
Available at: <https://observador.pt/2020/07/21/covid-19-receitas-turisticas-terao-impacto-negativo-superior-a-50/>
[Acedido em 1 Outubro 2020].
- Martini, R., 2017. *Sociedade da informação: para onde vamos*. 1ª ed. s.l.:Trevisan.
- Mendes, A. C., 2009. *Peregrinos a Santiago de Compostela: uma etnografia do caminho português*. [Online]
Available at: <http://hdl.handle.net/10451/299>
[Acedido em 18 Janeiro 2021].
- Miranda, R. J. P., 2019. *Qual a relação entre o pensamento crítico e a aprendizagem de conteúdos de ciências por via experimental?: um estudo no 1º Ciclo*. [Online]
Available at: <http://hdl.handle.net/10451/5489>
[Acedido em 27 Novembro 2020].
- Moutinho, D., 2011. *Turismo sustentável e desenvolvimento local: projecto da Mata de Sesimbra*. [Online]
Available at: <http://hdl.handle.net/10400.26/2461>
[Acedido em 23 Janeiro 2021].
- Novelli, M., 2005. *Niche Tourism: Contemporary issues, trends and cases*. 2ª ed. Oxford: Elsevier.
- Pastor, H. & Novo, E., 2016. *Associação dos Amigos do Caminho de Santiago de Viana do Castelo*. [Online]
Available at: <http://www.caminhosantiagooviana.pt/simbolosrituais.html>
[Acedido em 15 Junho 2021].
- Penedo, V., 2019. *Torreão*. [Arte] (Vitor Penedo Fotografia).
- Pestana, M. B., 2017. *Projeto de Segmentação de clientes num grupo hoteleiro*. [Online]
Available at: <https://run.unl.pt/bitstream/10362/32046/1/TEGI0403.pdf>
[Acedido em 16 Agosto 2021].
- PNP, 2015. *Estratégia de Marketing Turístico do Porto e Norte de Portugal*. [Online]
Available at:
<http://www.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/estrategia/Estrategias-Regionais-Norte/Estrategia-Marketing-Turismo-Porto-Norte-Portugal-2015-2020.pdf>
[Acedido em 13 Abril 2020].
- Pordata, 2020. *Estabelecimentos de turismo de habitação e de turismo no espaço rural*. [Online]
Available at:
<https://www.pordata.pt/Portugal/Estabelecimentos+de+turismo+de+habita%C3%A7%C3%A3o+e+de+turismo+no+espa%C3%A7o+rural+total+e+por+tipo+de+estabelecimento-2607>
[Acedido em 22 Janeiro 2021].
- Ribeiro, J. C., 2006. *Importância da Celebração de Eventos Culturais para o Turismo do Minho-Lima*. [Online]
Available at: <http://hdl.handle.net/1822/5143>
[Acedido em 11 Março 2020].

Ribeiro, J. C., 2007. *Turismo e desenvolvimento regional: o espaço rural como destino turístico*. [Online]

Available at: <http://hdl.handle.net/1822/6520>

[Acedido em 1 Novembro 2020].

Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A., 2009. *Research Methods for Business Students*. 14ª ed. Edinburgh: Financial Times Prentice Hall.

Silva, F., 2013. *Turismo na natureza como base do desenvolvimento turístico responsável nos Açores*. [Online]

Available at: <http://hdl.handle.net/10451/8742>

[Acedido em 27 Novembro 2020].

Silva, F. & Umbelino, J., 2017. *Planeamento e desenvolvimento turístico*. 1ª ed. s.l.:Lidel.

Silva, J. A., 2004. *A Caminho de Santiago. Caminho Português*. 4ª ed. s.l.:Paulinas Editora.

Silva, J. A., 2004. *Caminhos de Santiago: uma Europa peregrina*. [Online]

Available at: <https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/12690/1/silva.pdf>

[Acedido em Junho 20 2021].

Taylor, S. J., Bogdan, R. & DeVault, M., 2016. *Introduction to Qualitative Research Methods: A Guidebook and Resource*. 4ª ed. s.l.:New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken.

THR, 2006. *10 Produtos estratégicos para o desenvolvimento do Turismo de Natureza*. Turismo de Portugal, IP ed. Lisboa: s.n.

THR, 2012. *Estudo sobre a Internacionalização do Turismo no Meio Rural*. [Online]

Available at: http://www.center.pt/imprensactr/estudo_833.pdf

[Acedido em 20 Abril 2020].

Trauer, B., 2006. Conceptualizing special interest tourism. Frameworks for analysis. In: *Tourism Management*. s.l.:Elsevier, pp. 183-200.

Turismo de Portugal, 2006. *Turismo de Natureza*. [Online]

Available at: <http://www.turismo2015.pt/userfiles/File/TurismoNatureza.pdf>

[Acedido em 8 Dezembro 2020].

Turismo de Portugal, 2012. *Norma Portuguesa 4507- Empreendimentos de Turismo de Natureza*. [Online]

Available at: <http://business.turismodeportugal.pt/pt/Gerir/reconhecimento-externo/normas-qualidade/Paginas/NP-4507-empreendimentos-de-turismo-de-natureza.aspx>

[Acedido em 20 Julho 2020].

Turismo de Portugal, 2016. Plano Estratégico Nacional do Turismo 2013-2015. *Plano Estratégico Nacional do Turismo 2013-2015*, 16 Março, p. 74.

Turismo de Portugal, 2017. *Departamento de Tecnologias de Sistemas de Informação*. [Online]

Available at:

<https://www.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/estrategia/estrategia-turismo-2027.pdf>

[Acedido em 1 Fevereiro 2020].

- Turismo de Portugal, 2017. *Estratégia Turismo 2027*. [Online]
Available at: http://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/Estrategia/Estrategia_2027/Paginas/default.aspx
[Acedido em 30 Janeiro 2021].
- Turismo de Portugal, 2018. *Qualidade e Sustentabilidade*. [Online]
Available at: http://www.turismodeportugal.pt/pt/quem_somos/gestao/qualidade-sustentabilidade/Paginas/default.aspx
[Acedido em 30 Janeiro 2021].
- Turismo de Portugal, 2019. *Turismo de Portugal*. [Online]
Available at: http://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/visao_geral/Paginas/default.aspx
[Acedido em 20 Março 2019].
- Turismo de Portugal, 2020. *Plano Turismo + Sustentável 20-23*. [Online]
Available at: <https://business.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/sustentabilidade/plano-turismo-mais-sustentavel-20-23-pt-jun-2021.pdf>
[Acedido em 15 Fevereiro 2021].
- Turismo de Portugal, 2020. *Programas e incentivos*. [Online]
Available at: http://business.turismodeportugal.pt/pt/Investir/Financiamento/Programas_incentivos/Paginas/default.aspx
[Acedido em 20 Julho 2021].
- Turismo de Portugal, 2021. *Start-PME*. [Online]
Available at: <https://start-pme.pt/apoio-a-qualificacao-da-oferta-turismo-de-portugal/>
[Acedido em 30 Outubro 2021].
- Turismo do Porto e Norte de Portugal, 2015. *Festas e Romarias do Norte de Portugal*. [Online]
Available at: http://www.portoenorte.pt/fotos/guias/festas_e_romarias_norte_de_portugal_18697390295cf7e1686240e.pdf
[Acedido em 29 Julho 2020].
- UNWTO, 2000. *Multistakeholder Working Group on Tourism*. [Online]
[Acedido em 19 Março 2020].
- UNWTO, 2005. *Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers*. 7ª ed. s.l.:United Nations.
- Urry, J., 2002. *The Tourist gaze*. 2ª ed. London: SAGE Publications.
- Valentim, D., 2012. *A Importância do Património Natural na Escolha de um Destino*. [Online]
Available at: https://iconline.ipleiria.pt/bitstream/10400.8/642/1/Mestrado%20Mkt%20Prom.Turistica_Dolores_Valentim.pdf
[Acedido em 19 Novembro 2020].
- Visit Porto, 2020. *Caminho Português da Costa*. [Online]
Available at: <https://visitporto.travel/pt-PT/caminho-portugues-da-costa#/>
[Acedido em 17 Novembro 2020].

Visit Portugal, 2018. *Porto e Norte*. [Online]
Available at: <https://www.visitportugal.com/pt-pt/destinos/porto-e-norte>
[Acedido em 27 Novembro 2020].

ANEXOS

ANEXO 1 – Guião de entrevistas e transcrição das entrevistas à comunidade

Por se tratar de uma entrevista estruturada optou-se por se separar o guião de entrevista da sua transcrição, justificado pelo facto das perguntas terem sido efetuadas em todas as entrevistas pela mesma ordem.

Guião de entrevistas à população:

- 1- Gostava de ter mais turistas aqui na região? (justifique)
- 2- Acha que um novo alojamento aqui em Seixas fazia sentido? (justifique)

Entrevistado 1 (E1)

Idade: 59

Género: F

Profissão: Auxiliar no Lar de Seixas

Resposta à pergunta 1: Gostava muito, mas não sei se será possível. A terra é bonita, mas está bastante parada. A vinda de visitantes era bem aceite.

Resposta à pergunta 2: Sim. Tem que começar a haver mais locais para se dormir aqui em Seixas. O que acontece é que as pessoas ficam alojadas nas outras zonas e ninguém depois para aqui.

Entrevistado 2 (E2)

Idade: 71

Género: M

Profissão: Reformado

Resposta à pergunta 1: Gostava muito. Seixas está muito triste. Ainda me lembro do tempo em que faziam a feira aqui no Largo de S. Bento com muitos feirantes e vinha muita gente de fora dos concelhos aqui vizinhos. Agora é uma tristeza menina, ninguém visita Seixas. Portanto mais turistas eram bem-vindos, a ver se davam vida aqui á terra...

Resposta à pergunta 2: Sim, menina. Era muito bem-vindo, a ver se chamava pessoas a visitar aqui a zona.

Entrevista 3 (E3)

Idade: 54

Género: M

Profissão: Proprietário de restaurante

Resposta à pergunta 1: Sim, quantos mais melhor. Para mim que tenho negócio aberto ao público, faz todo o sentido querer mais gente a visitar Seixas. Já se sabe que no Inverno é mais difícil, mas no Verão tem muito para oferecer esta zona.

Resposta à pergunta 2: Sim. O turismo tem que andar para a frente. Agora neste momento que se vive está tudo muito complicado, mas temos que ser positivos e esperar que melhores dias virão. Um alojamento aqui mesmo, se não for muito caro, era muito bom. Vamos lá ver com o novo ano se as coisas começam a correr.

Entrevistado 4 (E4)

Idade: 80

Género: F

Profissão: Residente no lar

Resposta à pergunta 1: Para mim já pouco importa. Mas posso dizer que ver gente a passear na rua é melhor que ver tudo sem pessoas. Há dias que não vejo passar ninguém e olhe que passo muitas horas na minha janela. Perdeu muito Seixas. Quem viu isto no meu tempo. As festas, as feiras chamavam muita gente.

Resposta à pergunta 2: Penso que sim. Há muitas casas abandonadas e para venda. Todo o que for para melhorar é bom.

Entrevista 5 (E5)

Idade: 67

Género: M

Profissão: Reformado

Resposta à pergunta 1: Acho que eram muito bem-vindos. Seixas precisa de vida.

Resposta à pergunta 2: Faz sentido se for barato. O turismo precisa de alojamentos mais em conta. Têm que se chegar a todos.

Entrevistado 6 (E6)

Idade: 74

Género: F

Profissão: Reformada

Resposta à pergunta 1: Sou da terra, e fico muito triste com a falta de gente. Portanto mais visitas seria bom.

Resposta à pergunta 2: Sinceramente, não lhe sei dizer. As pessoas ficam sempre mais nas outras zonas. Mas se calhar

Entrevistado 7 (E7)

Idade: 55

Género: M

Profissão: Pintor Construção Civil

Resposta à pergunta 1: Isto está muito parado. Depois desta crise não sei o que se poderá esperar. Estamos todos em crise.

Resposta à pergunta 2: Fazer sentido até que fazia. Mas quem virá investir aqui? Diga-me lá. Isto em vez de andar para a frente anda para trás.

Entrevistado 8 (E8)

Idade: 45

Género: M

Profissão: Bancário em Caminha

Resposta à pergunta 1: Gostar até que gostava, mas Seixas pouco tem para oferecer. Fica tudo por Caminha.

Resposta à pergunta 2: Sim. Quanta mais oferta melhor, para não ficarem a dormir nas outras vilas.

Entrevista 9 (E9)

Idade: 53

Género: F

Profissão: Operária de fábrica

Resposta à pergunta 1: Sim, é sempre bom ter movimento, significa mais trabalho e mais vida para Seixas.

Resposta à pergunta 2: Sim, porque visto que temos, mas que não tem as melhores condições, com um novo alojamento a possibilidade de ter turistas seria maior, e também porque acho que temos um rio muito bonito o qual no verão chama muitas pessoas! Acho que seria uma ótima ideia.

Entrevistado 10 (E10)

Idade: 72

Género: M

Profissão: Aposentado da CGD

Resposta à pergunta 1: Sim! Seria bom para Seixas como mais emprego, bem como uma "ponte" entre Seixas/ rio Minho e a beleza do interior e seu desenvolvimento sustentado.

Resposta à pergunta 2: Sem dúvida! Acho que faz muita falta e com ele o acompanhamento / conhecimento da gastronomia, bem como o seu verde e pitoresco do interior.

Entrevistado 11 (E11)

Idade: 74

Género: M

Profissão: Reformado

Resposta à pergunta 1: Sim, iria melhorar bastante a economia e o emprego.

Resposta à pergunta 2: Sim, o que existe não chega e a qualidade não é boa, salvo uma ou outra exceção.

Entrevistado 12 (E12)

Idade: 61

Género: F

Profissão: Reformada

Resposta à pergunta 1: Sim porque dinamiza o comércio local criando novos postos de trabalho e, por conseguinte, aumenta a qualidade de vida dos locais.

Resposta à pergunta 2: Sim porque Seixas se encontra no caminho de Santiago podendo explorar esse turismo e também porque confronta em grande parte com o rio e com a exposta, podendo explorar o turismo de charme e bem-estar.

Entrevistado 13 (E13)

Idade: 50

Género: F

Profissão: Trabalhadora num lar

Resposta à pergunta 1: Claro que sim! Temos uma aldeia linda com belas paisagens.

Resposta à pergunta 2: Acho que sim porque em Seixas quase não há onde ficar.

Entrevistado 14 (E14)

Idade: 56

Género: F

Profissão: Responsável administrativa e financeira

Resposta à pergunta 1: Sim... a nossa terra tem sítios de excelência que, bem aproveitados e, com as devidas precauções, seriam ideais para um turismo de natureza e desporto.

Resposta à pergunta 2: Novo? Onde estão os outros? Precisávamos de alojamento de qualidade, integrado na paisagem, com ligações à freguesia e que aproveite os recursos naturais e paisagísticos que temos (trilhos, passeio a cavalo, e desportos náuticos) entre outros.

Entrevistado 15 (E15)

Idade: 46

Género: F

Profissão: Assistente Social

Resposta à pergunta 1: Sim, é uma terra cada vez mais envelhecida e precisa ser dinamizada.

Resposta à pergunta 2: Creio que sim. Poderia ser crucial na maior procura turística.

Entrevistado 16 (E16)

Idade: 61

Género: F

Profissão: Técnica de fiscalidade

Resposta à pergunta 1: Sim, desde que seja um turismo sustentável e não de massas.

Resposta à pergunta 2: Sim, desde que permita o emprego da população de Seixas e utilize os produtos da terra.

Entrevistado 17 (E17)

Idade: 58

Género: F

Profissão: Desempregada

Resposta à pergunta 1: Sim, traria mais animação, desenvolvimento e movimentaria mais a economia.

Resposta à pergunta 2: Sim, faço à proximidade com Caminha, Cerveira, Viana do Castelo e Espanha. E acho que iria atrair sobretudo os espanhóis para um fim de semana a dois ou em família.

Entrevistado 18 (E18)

Idade: 71

Género: M

Profissão: Reformado

Resposta à pergunta 1: Sim, a nossa aldeia ainda tem muito para dar. O rio e as casas tradicionais.

Resposta à pergunta 2: Sim, turismo rural seria uma razão para recuperar casas abandonadas e dar mais vida a Seixas.

Entrevistado 19 (E19)

Idade: 55

Género: F

Profissão: Professora

Resposta à pergunta 1: Sim, para favorecer o comércio local e desenvolver/aperfeiçoar infra-estruturas.

Resposta à pergunta 2: Penso que sim, pois tem tudo o que um turista procura (mar, rio, proximidade com Espanha, tranquilidade, natureza, montanha)

Entrevistado 20 (E20)

Idade: 79

Género: M

Profissão: Reformado

Resposta à pergunta 1: Sim, a aldeia está muito parada. Antigamente havia festas e atividades e era tudo diferente. Agora era bom haver turistas.

Resposta à pergunta 2: Fazia pois. Os turistas precisam de sítios onde ficar.

ANEXO 2 – Guião de entrevista e transcrição da entrevista ao agente da Junta de Freguesia de Seixas

Guião de entrevista ao agente da junta de freguesia:

- 1- Tendo em conta a tendência para a valorização do Turismo de Natureza em Portugal, considera que esta é uma boa tipologia de turismo para atrair visitantes/ turistas a Seixas? (justifique)
- 2- A entidade hoteleira que se pretende desenvolver neste estudo pretende dar preferência ao uso de produtos regionais. Considera o uso deste tipo de produtos uma mais-valia para este tipo de projetos? Acha que os produtores locais ficariam satisfeitos em poder vender os seus produtos através deste tipo de canais?
- 3- Considera que uma maior divulgação turística da região, baseada no Turismo de Natureza e em espaço rural, poderá trazer vantagens para a mesma? Que vantagens?
- 4- Perante uma situação de pandemia sente-se seguro com a existência de uma nova unidade hoteleira a atrair turistas, pessoas de fora, para a sua região?
- 5- Na sua opinião quais são as características que considera mais importantes e quais os pontos fortes da região, para atrair turistas a Seixas?

Entrevistado da junta de freguesia

Idade: 61

Género: Masculino

Resposta à pergunta 1: Plenamente. Seixas está inserida numa região privilegiada em termos naturais, sendo precisamente essa componente – a natureza e as atividades lúdicas com ela relacionadas – que melhor oferta pode traduzir, no concorrencial e global mercado do turismo.

Resposta à pergunta 2: Certamente que sim. No entanto, antes de mais é necessária a implementação de incentivos à produção de produtos locais, porquanto, a oferta nessa área é escassa, face à pouca rentabilidade do investimento.

Resposta à pergunta 3: Claro, tal como referi, o melhor que a nossa região tem para oferecer é a natureza, em concreto, a diversidade do nosso território, que vai desde o mar, passando pela montanha e por cursos de água exemplarmente preservados – Rio Minho, Rio Coura, Rio Âncora. O Turismo de natureza, como é consabido, tem uma procura cada vez maior. A referida diversidade do nosso território é absolutamente incomparável. É evidente que a aposta na referida vertente do turismo constituiria, por força das apontadas circunstâncias, uma aposta ganha, sempre e quando os investimentos tenham um indubitável patamar de qualidade.

Resposta à pergunta 4: Sim. Sem qualquer problema.

Resposta à pergunta 5: A esta questão e para não ser maçador, dou por reproduzida as respostas que antes formulei, nomeadamente, a resposta à pergunta 3.

ANEXO 3 — Tabela resumo da análise às entrevistas estruturadas

ID	IDADE	GÉNERO	PROFISSÃO	Resposta à pergunta 1	Resposta à pergunta 2
E1	59	F	Auxiliar no lar	<ul style="list-style-type: none"> - Tem dúvidas em relação à viabilidade; - Menciona a beleza da terra; - Gostava de ter mais visitantes. 	- Acha necessário haver mais locais para estadia em Seixas.
E2	71	M	Reformado	<ul style="list-style-type: none"> - Relembra o tempo em que a freguesia tinha movimento; - Aceita mais turistas para darem vida à terra. 	- Um alojamento é muito bem-vindo para atrair mais pessoas à localidade.
E3	54	M	Proprietário de restaurante	<ul style="list-style-type: none"> - Quantos mais turistas melhor; - Tem negócio aberto ao público por isso tem interesse em mais movimento; - Inverno é mais difícil, mas no verão tem muito para oferecer. 	<ul style="list-style-type: none"> - Concorda com o alojamento; - O turismo tem de andar para a frente nesta altura complicada.
E4	80	F	Residente do lar	- Menciona que Seixas perdeu todo o movimento que tinha e que seria bom voltar a ver mais pessoas a visitar a região.	- Concorda com o alojamento e menciona que há muitas casas abandonadas e para venda.
E5	67	M	Reformado	- Seixas precisa de vida, mais visitantes são bem-vindos.	- Concorda se for um alojamento em conta, que seja acessível para todos.

E6	74	F	Reformada	- Mais visitas seria bom.	- Não tem a certeza. Refere que as pessoas optam sempre por ficar nas redondezas.
E7	55	M	Pintor	- Não sabe o que esperar.	- Concorda com um alojamento, mas tem dúvidas se alguém quer investir em Seixas.
E8	45	M	Bancário	- Gostava de ter mais movimento, mas acha que seixas tem pouco para oferecer e por isso as pessoas ficam em caminha.	- Quanto mais oferta melhor para que as pessoas escolham ficar em Seixas.
E9	53	F	Operária de fábrica	- Mais movimento é bom para gerar mais trabalho e mais vida para a freguesia.	- Concorda, visto que um novo alojamento possibilita a vinda de mais turistas.
E10	72	M	Aposentado da CGD	- Seria bom haver mais turistas; - Gerar mais emprego.	- Um novo alojamento faz muita falta.
E11	74	M	Reformado	- Sim, iria melhorar bastante a economia e o emprego.	- Sim, o que existe não chega e a qualidade não é boa.
E12	61	F	Reformada	- Dinamiza o comércio local criando novos postos de trabalho; - Aumenta a qualidade de vida dos locais.	- Sim, seixas encontra-se no caminho de Santiago.
E13	50	F	Trabalhadora do lar	- Concorda.	- Sim, Seixas quase não há onde ficar.

E14	56	F	Responsável administrativa e financeira	- Ideal para um turismo de natureza e desporto.	- Necessário um alojamento de qualidade, integrado na paisagem, com ligações à freguesia e que aproveite os recursos naturais e paisagísticos que existem.
E15	46	F	Assistente social	- Concorda, pois é uma terra cada vez mais envelhecida e precisa ser dinamizada.	- Crucial na maior procura turística.
E16	61	F	Técnica de fiscalidade	- Sim, desde que seja um turismo sustentável e não de massas.	- Sim, desde que permita o emprego da população de Seixas e utilize os produtos da terra.
E17	58	F	Desempregada	- Sim, mais animação, desenvolvimento e movimentaria mais a economia.	- Sim, faço à proximidade com Caminha, Cerveira, Viana do Castelo e Espanha. - Atrair sobretudo os espanhóis para um fim de semana a dois ou em família.
E18	71	M	Reformado	- Sim, a aldeia ainda tem muito para dar.	- Turismo rural seria uma razão para recuperar casas abandonadas e dar mais vida a Seixas.
E19	55	F	Professora	- Para favorecer o comércio local e desenvolver/aperfeiçoar infraestruturas.	- Tem tudo o que um turista procura (mar, rio, proximidade com Espanha, tranquilidade, natureza, montanha)