



Desafios do TER no Alto Alentejo

PEDRO BELLO MORAES / PORTALEGRE, 19 DE FEVEREIRO DE 2020



TRABALHO A APRESENTAR NO ÂMBITO DAS PROVAS PÚBLICAS PARA ESPECIALISTA EM TURISMO, AO ABRIGO DO DECRETO-LEI Nº 206/2009 DE 31 DE AGOSTO E DO DESPACHO PRESIDENCIAL Nº 24/2010 DO

IPP

Conteúdo

Introdução.....	7
Capítulo 1: O turismo	9
1.1 História e evolução do conceito.....	9
1.2 O Turismo em Portugal	12
1.3 O Turismo no Espaço Rural	14
Capítulo 2: O Alto Alentejo.....	21
2.1 Localização e acessibilidades	21
2.2 Clima.....	22
2.3 População e demografia.....	24
2.4 Educação	25
2.5 Emprego e desemprego	25
2.6 Tecido empresarial.....	25
2.7 Saúde e Segurança	26
Capítulo 3: O turismo no Alto Alentejo	27
3.1 A oferta turística do Alto Alentejo	27
3.1.1 Principais recursos turísticos.....	27
3.1.2 Alojamento.....	30
3.1.3 Restauração.....	31
3.1.4 Animação.....	31
3.1.5 Transportes	31
3.1.6 Distribuição Turística.....	33
3.2 A procura turística do Alto Alentejo.....	33
3.2.1 Caracterização global	33
3.2.2 Perfil do visitante	35
Capítulo 4: O Turismo no Espaço Rural no Alto Alentejo.....	37
4.1 Proveitos com alojamento	37
4.2 Custos com o alojamento.....	38
4.3 A rentabilidade.....	41
4.4 A envolvência	41
4.5 O caso da Quinta dos Ribeiros	42
4.6 Presente e futuro do TER no Alto Alentejo	43
Capítulo 5: Recomendações para o desenvolvimento de empreendimento de Turismo no Espaço Rural.....	45
5.1 Investimento e implementação	45

5.1.1 Pontos prévios.....	45
5.1.2 Localização	46
5.1.3 Público-alvo	46
5.1.4 Desenvolvimento do conceito.....	47
5.1.5 Infraestrutura	47
5.2 Operação	52
5.2.1 Tarifas e gestão de reservas de alojamento.....	52
5.2.2 Limpeza e manutenção do espaço.....	54
5.2.3 Comidas e bebidas	56
5.2.4 Serviços de animação turística.....	57
Conclusões	59
Bibliografia	61

Índice de figuras

<i>Figura 1 Localização do Alto Alentejo na Península Ibérica</i>	21
<i>Figura 2 Temperatura do ar em Portalegre</i>	23
<i>Figura 3 Precipitação em Portalegre</i>	24
<i>Figura 4 Hóspedes e Dormidas no Alto Alentejo</i>	34
<i>Figura 5 Nacionalidade dos hóspedes no Alto Alentejo</i>	35
<i>Figura 6 Exemplo de unidade de alojamento de tipologia T1</i>	49

Índice de tabelas

<i>Tabela 1 – Tarifas para 2 adultos em agroturismo e casas de campo no Alto Alentejo</i>	<u>37</u>
<i>Tabela 2 – Principais custos operacionais anuais da Quinta dos Ribeiros</i>	<u>38</u>

Lista de abreviaturas

BTT – Bicicleta Todo o Terreno

CIMAA – Comunidade Intermunicipal do Alto Alentejo

INE – Instituto Nacional de Estatística

IPMA – Instituto Português do Mar e da Atmosfera

OMT – Organização Mundial do Turismo

ONU – Organização das Nações Unidas

NUTS – Nomenclaturas das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos

PENT – Plano Estratégico Nacional de Turismo

RNT – Registo Nacional de Turismo

TER – Turismo no Espaço Rural

TP – Turismo de Portugal

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura

Introdução

O turismo tem vindo a desempenhar cada vez mais um papel central na sociedade portuguesa. O seu desenvolvimento é fonte de criação de emprego e negócios mas também de especulação imobiliária e aumento de pressão urbanística em alguns locais. Estes fatores têm despertado cada vez mais a atenção de diversas entidades públicas e privadas que procuram a criação de valor para investidores e população em geral através da atividade turística.

Por todo o país temos vindo a assistir ao desenvolvimento de novos conceitos que surgem do encontro entre a vontade dos viajantes (que procuram cada vez mais experiências verdadeiramente imersivas) e a necessidade de desenvolvimento de um mundo rural cada vez mais abandonado.

O trabalho que aqui se apresenta foi desenvolvido no âmbito de prestação de provas públicas para a obtenção de título de especialista em turismo junto do Instituto Politécnico de Portalegre ao abrigo do Decreto-lei 206/2009 de 31 de Agosto e tem como principal objetivo fazer uma reflexão acerca dos empreendimentos de Turismo no Espaço Rural (TER) na região do Alto Alentejo.

O turismo, o Alto Alentejo, a realidade do turismo em geral e do TER em particular na região serão abordados no decorrer do presente documento procurando-se definir conceitos e balizar um caminho através do qual se acredita que um empreendimento deste género poderá alcançar o tão ambicionado sucesso.

A metodologia utilizada passou pela avaliação da capacidade financeira de um negócio com estas características no Alto Alentejo o que se impõe sobretudo pela necessidade de compreender qual o nível de autonomia definindo desta forma o modo como o mesmo deverá ser implementado.

A referida avaliação implicou um breve estudo da capacidade de geração de receita através da consulta das taxas de ocupação registadas na região, da capacidade de alojamento oficial nos empreendimentos registados e de uma auscultação dos preços praticados no mercado.

Por outro lado, foram também elencados os principais custos de uma operação desta natureza por forma a compreender melhor todas as despesas expectáveis para manter o espaço em funcionamento.

O trabalho desenvolvido tem por base a perspetiva do seu autor, licenciado em turismo e termalismo desde 2007, profissional com treze anos de experiência no sector

do turismo em Portugal tendo assumido em 2014 a direção da Quinta dos Ribeiros, uma das mais antigas unidades de TER no Alto Alentejo. Para além de ter como objetivo a caracterização da região, do turismo em geral e do TER em particular pretende sobretudo caracterizar a realidade dos pequenos alojamentos de cariz rural integrados no Alto Alentejo. Para melhor ilustrar esta realidade o presente documento pretende é apresentado o caso da propriedade dirigida pelo autor sendo o documento o fruto das várias experiências que foram sendo adquiridas no espaço durante mais de cinco anos.

Capítulo 1: O turismo

Fenómeno global, o turismo tem vindo a assumir-se, cada vez mais, como um sector de extrema importância em todos os continentes.

Segundo dados da Organização Mundial do Turismo (OMT) foram registadas 1.4 biliões de chegadas internacionais e 1.7 triliões de dólares americanos em receitas com visitantes e transporte de passageiros internacionais no ano de 2018. Alicerçado no crescimento da classe média dos países em vias de desenvolvimento, avanços tecnológicos, novos modelos de negócio, redução dos custos de transporte e facilitação de vistos para entrada em vários países as chegadas internacionais cresceram 5% em 2018 sendo o mesmo o 9º ano de crescimento consecutivo (OMT, 2019)¹.

O fenómeno turístico não se esgota, no entanto, na sua componente internacional com o turismo interno ou doméstico a superar largamente o turismo recetor de visitantes provenientes do estrangeiro (Cunha, 2019)².

O primeiro capítulo procurará definir o turismo e a sua história bem como as dinâmicas que o caracterizam em Portugal sendo também abordado o turismo no espaço rural, a sua definição e evolução ao longo dos tempos bem como a legislação que o regula no país.

1.1 História e evolução do conceito

O ser humano viaja desde sempre. É largamente aceite que as civilizações pré-históricas eram sobretudo nómadas e percorriam longas distâncias à procura de alimento. Com o surgimento e desenvolvimento da agricultura começámos a assistir à fixação dos vários povos e, conseqüentemente, ao aparecimento dos primeiros aglomerados populacionais. Estas primeiras deslocações estão longe de poder ser relacionadas com o que hoje chamamos turismo, no entanto não poderemos dissociar este fenómeno do ato de viajar.

A definição de turismo começa a ser criada e balizada bem mais tarde. Não se conhece exatamente o momento do surgimento da palavra, no entanto acredita-se que a mesma tem origem nas viagens que os ingleses realizavam para complementar a sua educação sobretudo a partir de finais do século XVII e à qual atribuíram o nome de *Grand*

¹ OMT – Organização Mundial do Turismo (2019). International Tourism Highlights. OMT, Madrid

² Cunha, L., Abrantes, A. (2019) Introdução ao Turismo (6ª edição atualizada). Lidel

Tour (Boyer, 2000)³. Por associação a este fenómeno aqueles que nele participavam passaram a ser conhecidos por *tourists* (turistas) sendo que a própria atividade passou a ser designada como *tourism* (turismo). É através da obra de Stendhal *Mémoires d'un Touriste* (memórias de um turista) em 1888 que se generaliza a expressão turista.

Numa fase inicial a palavra turista identificava exclusivamente as pessoas que viajavam por mero prazer ou para aumentar os seus conhecimentos excluindo outros motivos como os profissionais, religiosos ou relacionados com saúde. A palavra identificava o desejo de vivenciar as tradições de outros povos ou a busca pelo exotismo e descobrir novas paisagens.

O desenvolvimento dos transportes levou também ao aumento dos movimentos turísticos passando os mesmos a integrar camadas mais vastas da população. Este desenvolvimento veio também dificultar a separação das pessoas que viajam por mero prazer daquelas que o fazem por outros motivos, sobretudo, pelo facto dos segundos acabarem por utilizar os mesmos equipamentos e serviços que os primeiros. Deste modo a designação turismo acabou por se tornar mais abrangente integrando outras motivações de viagem.

Excluídas da definição de turismo ficam, no entanto, todas as deslocações relacionadas com quem procura trabalho, aumentar o bem-estar material, escapar a conflitos ou perseguições políticas bem como as deslocações diárias e/ou de curta duração para as proximidades do local de residência sejam elas para trabalhar, visitar familiares ou amigos, fazer compras, etc. Poderá, portanto, afirmar-se que todos os turistas são viajantes, no entanto nem todos os viajantes serão turistas.

Dada a importância do turismo do ponto de vista económico a sua definição foi sempre de extrema importância. Seria importante balizar corretamente o conceito para o poder avaliar com recurso a ferramentas estatísticas e desta forma apoiar a toma de decisões por parte de todas as entidades envolvidas. Por este motivo, a Comissão de Estatísticas da Organização das Nações Unidas (ONU) estabeleceu o conceito de visitante internacional em 1953 (UIOOT, 1973)⁴ sendo que, em 1963, a Conferência da mesma organização sobre Turismo e Viagens Internacionais, realizada em Roma adotou a palavra “visitante” para identificar toda a pessoa que se desloca a um país diferente daquele em

³ Boyer, M. (2000). *Histoire de l'Invention du Tourisme, XVI-XIX siècles*. Editions de l'Aube

⁴ UIOOT – União Internacional dos Organismos Oficiais do Turismo. (1973) *International Travel Statistics*. UIOOT.

que possui a sua residência habitual, por qualquer razão que não seja a de aí exercer uma profissão remunerada (UIOOT. 1963)⁵.

A conferência de 1963 definiu também dois grupos de visitantes separando os turistas (visitantes que permanecem pelo menos 24 horas no país visitado) dos excursionistas (os visitantes temporários que permanecem menos de 24 horas num determinado local). Desta forma procura-se sobretudo separar os visitantes que pernoitam dos que não o fazem.

Estas definições apresentavam algumas limitações sobretudo porque apenas identificam visitantes internacionais. Um madrileno que passasse um fim de semana no Algarve seria considerado turista, no entanto, se o fizesse nas Ilhas Canárias tal já não aconteceria. A ideia de que um turista é um visitante internacional prevaleceu, erradamente, durante bastante tempo e ainda hoje é comum em vários setores da opinião pública o que reduz o fenómeno turístico à sua dimensão internacional.

Por este motivo a União Internacional dos Organismos Oficiais do Turismo (UIOOT), mais tarde convertida em OMT reconheceu, em 1983 a necessidade de atualizar as definições associadas ao sector para que as mesmas pudessem abarcar as deslocções dos residentes de um país dentro do seu próprio país, ou seja, os turistas domésticos (OMT, 1999)⁶. Deste modo na sequência da Conferência Internacional sobre Viagens e Estatísticas de Turismo, realizada em 1991, em Otava, a Comissão de Estatísticas da ONU adotou as seguintes definições:

- Visitante: Toda a pessoa que se desloca a um local situado fora do seu ambiente habitual durante um período inferior a 12 meses consecutivos e cujo fim principal da visita não seja o de exercer uma atividade remunerada no local visitado;

- Turista: É todo o visitante que passa pelo menos uma noite num estabelecimento de alojamento coletivo ou num alojamento privado no local visitado.

- Visitante do dia: Substitui o termo “excursionista” e é todo o visitante que não passa a noite no local visitado, incluindo os passageiros de cruzeiros e as tripulações de meios de transporte desembarcadas.

⁵ UIOOT – União Internacional dos Organismos Oficiais do Turismo (1963). La Conférence des Nations Unies sur le tourisme et les voyages internationaux. UIOOT

⁶ OMT – Organização Mundial do Turismo (1999). Conta Satélite do Turismo, Quadro Conceptual. OMT, Madrid

Com ligeiras alterações em algumas regiões do mundo têm sido estas as definições de turista e turismo a ser utilizadas como base para o estudo deste fenómeno bem como para a recolha de dados neste sector da economia.

1.2 O Turismo em Portugal

À semelhança de outras regiões do globo também em Portugal se observou o surgimento e desenvolvimento do turismo com a melhoria dos meios de transporte. Rico em história e recursos naturais e considerado um dos locais mais seguros do planeta, o país têm-se vindo a afirmar de ano para ano. Desde a chegada dos primeiros turistas até aos dias de hoje têm-se destacado neste sector as regiões do Algarve, Lisboa e Madeira.

O Turismo de Portugal (TP) é a organização pública de referência no sector e tem a seu cargo várias competências nomeadamente a promoção do destino Portugal junto dos mercados emissores de turistas, o desenvolvimento e apoio às empresas, a qualificação e formação (na área do turismo) e a regulação e inspeção de jogos (TP,2020)⁷.

Com o objetivo de definir, agrupar e promover da melhor forma os produtos turísticos portugueses foi definido pelo TP em 2007 o Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT). Apesar de se tratar de um plano a 10 anos e de ter já sofrido algumas atualizações no âmbito do documento estratégico que lhe sucedeu, a Estratégia Turismo 2027, o PENT continua a ser uma referência no sector sobretudo pela definição de 10 produtos turísticos estratégicos nomeadamente: Sol e Mar; *Touring* Cultural e Paisagístico; *City Break*; Turismo de Negócios; Turismo de Natureza; Turismo Náutico (inclui cruzeiros); Saúde e Bem-estar; Golfe; Resorts Integrados e Turismo Residencial e Gastronomia e Vinhos. Estes produtos foram selecionados tendo em conta os recursos turísticos existentes bem como os fatores distintivos de Portugal e o seu potencial de crescimento.

Nesta fase foi também possível definir sete regiões que, pelas suas afinidades e características, deveriam ser consideradas como destinos turísticos sendo trabalhadas independentemente por forma a obter melhores resultados no que respeita ao desenvolvimento do sector. São estas regiões Porto e Norte (com especial foco no *touring* cultural e paisagístico, *city break* e turismo de natureza); Centro (considerada com particular apetência para o *touring* cultural e paisagístico e turismo de natureza); Lisboa

⁷ TP – Turismo de Portugal. www.turismodeportugal.pt

(*touring* cultural e paisagístico, *city break* e turismo de negócios); Alentejo e Ribatejo (*touring* cultural e paisagístico e sol e mar); Algarve (Sol e Mar e turismo de negócios); Açores (com particular aptidão para *touring* cultural e paisagístico e turismo de natureza) e Madeira (turismo de natureza e sol e mar). Corria o ano de 2013 quando uma reorganização a nível das entidades regionais responsáveis pelo desenvolvimento e promoção do turismo criou oficialmente as sete regiões de turismo definindo também as áreas de intervenção de cada uma (TP, 2007)⁸.

O crescimento do sector tem sido notório nos últimos anos sendo que Portugal contava no final de 2018 com um total de 6 868 alojamentos turísticos registados sendo que dos quais 1 400 eram hotéis. Estes números representam um aumento de cerca de 71% face a 2009 o que é assinalável apesar de se dever ter em conta as alterações legislativas no período que em muito contribuíram para o registo de alojamentos que até então funcionavam de forma oficiosa.

As noites dormidas nestes estabelecimentos também verificaram um aumento considerável. Em 2019 registaram-se 69 853 000 dormidas representando um aumento de cerca de 47% face aos registos de 2009. A maioria das dormidas em alojamentos nacionais, cerca de 69.9%, dizem respeito a hóspedes estrangeiros destacando-se as estadias provenientes do Reino Unido (19.2%), Alemanha (12%), Espanha (10.7%), França (9.3%), Brasil (6%), Estados Unidos da América (5.5%) e Países Baixos (4.8%).

Também os proveitos globais dos alojamentos turísticos em 2019 ascenderam aos 4 mil 276 milhões de Euros, um aumento de cerca de 59% face aos valores registados em 2009. Estes valores mais do que duplicaram em 10 anos o que, contribuiu inequivocamente para a recuperação da economia nacional após a crise que a atingiu corria o ano de 2008 sobretudo devido ao facto da maioria dos turistas em Portugal não serem residentes no país (INE, 2020⁹; TP, 2020¹⁰).

Continua a verificar-se uma tendência de crescimento o que tem vindo a permitir o desenvolvimento de negócios relacionados com o turismo um pouco por todo o país bem como a criação de cada vez mais postos de trabalho tanto diretos como indiretos.

⁸ TP – Turismo de Portugal (2007). Plano Estratégico Nacional do Turismo. Lisboa

⁹ INE – Instituto Nacional de Estatística. Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos (atualizado a 24/01/2020).

¹⁰ Travel BI by Turismo de Portugal. www.travelbi.turismodeportugal.pt

1.3 O Turismo no Espaço Rural

Desde o início da revolução industrial que se tem verificado uma tendência quase universal para a desertificação das regiões rurais. Os avanços tecnológicos no sector agrícola, do qual depende uma parte muito significativa das populações destas regiões, levou a um notável decréscimo das necessidades de mão de obra intensificando os movimentos migratórios em direção às grandes cidades. Este decréscimo populacional teve também um impacto negativo na quantidade e qualidade dos serviços locais (escolas, lojas, unidades de saúde, etc.) aumentando ainda mais o fosso entre o desenvolvimento das áreas urbanas e rurais. Esta tendência involutiva tem sido a realidade da maioria das regiões rurais verificando-se, no entanto, o aumento do interesse por algumas áreas sobretudo as que apresentam melhores acessibilidades (Lane, 1994)¹¹.

Por sua vez, o aumento do turismo trouxe o desenvolvimento económico através da criação de negócios de suporte promovendo assim a criação de postos de trabalho diretos e indiretos sobretudo em áreas onde se conseguem encontrar recursos turísticos com elevada capacidade de atração de visitantes (Milheiro et al., 2014)¹².

Apesar de ser geralmente considerado um fenómeno recente, na Alemanha o turismo rural conta já com uma tradição com cerca de 150 anos (Opperman, 1996, citado por Su, 2011)¹³.

É, no entanto, nos anos setenta do século XX que se observa um considerável crescimento do turismo nas áreas rurais dos países desenvolvidos desempenhando um papel fundamental no desenvolvimento socioeconómico das mesmas, consideradas muitas vezes deprimidas (Perales, 2002, citado por Su, 2011)¹⁴.

A tendência manteve-se no final do século XX adicionando uma nova dimensão ao sector turístico com o crescimento do número de viajantes independentes procurando experiências verdadeiramente diferenciadoras fora dos grandes centros de atração turística compostos, ainda hoje, maioritariamente por regiões de praia ou grandes centros culturais (Lane, 1990; Plog, 1991; Weiler et al., 1992 citados por Lane, 1994)¹⁵.

A própria ruralidade tem vindo a atrair turistas para as regiões de baixa densidade populacional caracterizando-se as mesmas, sobretudo, pelo facto de se manterem

¹¹ Lane, B. – What is Rural Tourism? (1994). *Journal of Sustainable Tourism*.

¹² Milheiro, E. Eusébio, C. Kastenholtz, E. (2014). Turismo e desenvolvimento económico em territórios rurais: Uma revisão da literatura. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, Nº 21/22, pp.133-145

¹³ Su, B. (2011). Rural tourism in China. *Tourism Management*, 32. 1438-1441

¹⁴ Su, B. (2011). Rural tourism in China. *Tourism Management*, 32. 1438-1441

¹⁵ Lane, B. – What is Rural Tourism? (1994). *Journal of Sustainable Tourism*.

genuínas sendo por norma muito ligadas à terra e à agricultura e reunindo todas as condições para uma experiência imersiva, tranquila e segura.

Considera-se que o turismo rural apresenta um grande potencial para a promoção e preservação dos valores naturais e patrimoniais nomeadamente edifícios, paisagens, tradições e costumes (Balezantis et al.,2012)¹⁶. Também Su (2011)¹⁷ enaltece os benefícios do turismo rural referindo que não só contribui para aumentar o emprego e rendimentos das populações rurais como funciona como estímulo às artes e ofícios tradicionais bem como para a recuperação de edifícios. Por seu turno Látková e Vogt (2012)¹⁸ realçam o elevado potencial que as áreas rurais apresentam para atrair turistas em busca de recursos naturais e culturais autênticos.

Portugal não é exceção tendo-se observado um considerável crescimento do turismo rural nas últimas décadas. Esta forma de turismo é encarada, por diversos autores como uma atividade que contribui para o combate à depressão demográfica e económica das zonas rurais (Vieira, 2005)¹⁹.

Não obstante da generalidade dos textos realçarem sobretudo os benefícios do turismo nas zonas rurais surgem também argumentos de diversos autores que apontam para alguns aspetos negativos decorrentes desta atividade. Fleischer et al. (2000)²⁰ recorrem a algumas opiniões nomeadamente de Fredrick (1993) que argumenta que os salários são baixos e a criação de emprego é sazonal, Gibson (1993) que afirma que o turismo pode contribuir para a degradação dos recursos naturais e Hoy (1996) que defende que o turismo rural não faz surgir uma nova procura limitando-se a deslocar a procura existente de outros locais.

Segundo Lane (1994)²¹, numa primeira abordagem a definição de turismo no espaço rural poderá parecer simples tratando-se de turismo que acontece numa região rural, no entanto, a delimitação deste conceito apresenta alguns desafios enumerados abaixo:

¹⁶ Balezantis, T. Krisciukaitienė, I. Balezantis, A, Garland, R (2012). Rural tourism development in Lithuania (2003-2010); A quantitative analysis. *Tourism Management Perspectives*, 2-3, 1-6

¹⁷ Su, B. (2011). Rural tourism in China. *Tourism Management*, 32. 1438-1441

¹⁸ Látková, P., Vogt, C. (2012). Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities. *Journal of Travel Research*, 51(1), 50-67

¹⁹ Vieira, C.Z. (2005). O papel da animação turística nos territórios rurais. *Pessoas e Lugares – Jornal de Animação da Rede Portuguesa LEADER +*, II Série, 30.

²⁰ Fleischer, A. & Felsenstein, D. (2000). Support for rural tourism: Does it make a difference? *Annals of Tourism Research*, 27(4), 1007-1024

²¹ Lane, B. – What is Rural Tourism? (1994). *Journal of Sustainable Tourism*.

1. O turismo de resort (sol e praia, lago, estâncias de ski, etc.) não se confina a áreas urbanas.
2. As próprias áreas rurais são difíceis de definir (visto que cada país utiliza os seus próprios critérios para o efeito).
3. Nem toda a atividade turística que se realiza em áreas rurais poderá ser considerado “turismo no espaço rural” visto poderem existir outras formas como parques temáticos ou grandes empreendimentos. O grau de ruralidade poderá ser uma questão técnica e emotiva (Murdoch, 1993)²².
4. O turismo poderá ser considerado uma influência urbana nas áreas rurais encorajando mudanças culturais e económicas visto ser um conceito historicamente urbano.
5. Diferentes formas de turismo rural surgiram em diferentes regiões. Estadias em propriedades agrícolas são comuns em regiões rurais alemãs ou austríacas enquanto que em França, por exemplo, é mais comum encontrar casas em regime de só alojamento (sem qualquer tipo de serviço alimentar associado).
6. A globalização da economia, o desenvolvimento das comunicações e telecomunicações, o crescimento de movimentos ambientalistas faz com que as regiões rurais se encontrem num complexo processo de mudança.
7. O turismo no espaço rural é uma atividade complexa e multifacetada não se cingindo apenas a atividades desenvolvidas numa quinta compreendendo também atividades relacionadas com turismo de natureza ou turismo de aventuras tais como caminhada, escalada, equitação ou até turismo étnico.

Atendendo a estas dificuldades será fundamental definir ruralidade em primeiro lugar. A definição de ruralidade está intrinsecamente associada à densidade populacional e dimensão das localidades, economia e utilização da terra, a predominância da agricultura e silvicultura e a manutenção de estruturas sociais tradicionais.

As regiões rurais apresentam por norma baixas densidades populacionais e, conseqüentemente, pequenas localidades bastantes espaçadas onde as paisagens naturais e/ou agrícolas e florestais predominam (Lane, 1994)²³.

A sua definição varia de país para país no entanto é geralmente aceite que para ser considerada rural uma área deverá apresentar menos de 20% de área construída o que faz

²² Murdoch, J. (1993). Review of the economic impact of holiday villages for the UK Rural Development Commission. *Journal of Sustainable Tourism* 1 (2), 145

²³ Lane, B. – What is Rural Tourism? (1994). *Journal of Sustainable Tourism*

com que seja maioritariamente constituída por áreas agrícolas, florestais ou naturais dando uma imagem de amplitude a quem a visita (Lane, 1994)²⁴.

O desenvolvimento urbanístico dos séculos XIX e XX trouxeram estruturas sociais diferentes das que existiam nas sociedades rurais. Existe um claro afastamento em termos de mentalidades sendo que a manutenção de valores mais tradicionais é uma das características que define a ruralidade.

Segundo Lane (1994)²⁵ o turismo no espaço rural deverá:

1. Localizar-se em áreas rurais
2. Ser alicerçado nas características específicas do mundo rural e em pequenos negócios, que privilegiem as experiências ao ar livre, o contacto com a natureza e as tradições.
3. Ser de pequena escala com recurso a pequenos edifícios em pequenas localidades.
4. Ser de cariz tradicional, crescendo lenta e organicamente em contacto com as famílias locais. Controlado localmente e contribuído para o bem-estar geral da comunidade a longo prazo.
5. Apresentando diversas formas representando os complexos padrões do ambiente rural, a sua economia, história e localização.

Turismo no espaço rural é bastante abrangente incluindo atividades como caminhadas, escalada, canoagem, rafting, ski nórdico, passeios com raquetes de neve, *birdwatching* (observação de aves), ciclismo, *btt* (bicicleta todo o terreno), orientação, *touring* cultural e paisagístico em pequenas localidades ou simplesmente, disfrutar da natureza (Lane, 1994)²⁶.

Devido ao facto das economias locais se basearem maioritariamente no sector agrícola e florestal cresceu, erradamente, a ideia de que o turismo no espaço rural se baseia em propriedades agrícolas (confundindo este conceito com o de agroturismo) e pelas mesmas terem vindo a encontrar no turismo uma forma de diversificar os seus negócios (Lane, 1994)²⁷. Por outra via há alguns autores que exigem a inclusão da agricultura no produto turístico rural (Cavaco, 1995)²⁸

²⁴ Lane, B. – What is Rural Tourism? (1994). Journal of Sustainable Tourism

²⁵ Lane, B. – What is Rural Tourism? (1994). Journal of Sustainable Tourism

²⁶ Lane, B. – What is Rural Tourism? (1994). Journal of Sustainable Tourism

²⁷ Lane, B. – What is Rural Tourism? (1994). Journal of Sustainable Tourism

²⁸ Cavaco, C. (1995). Rural tourism: The Creation of new tourist spaces. In A. Montanari & M. Williams (Eds), European tourism; Regions, spaces and restructuring (pp 127-149). Chichester: John Wiley and Sons

Em Portugal o Turismo no espaço rural surge oficialmente em 1986 com a publicação do Decreto-Lei nº 256/86. O documento em questão regulamentava os alojamentos que se passaram a dedicar ao alojamento de turistas nas regiões rurais portuguesas. Foram definidas três modalidades: Turismo de habitação, turismo rural e agroturismo. Segundo o documento tratava-se de uma atividade “com natureza familiar, que consiste na prestação de hospedagem em casas que sirvam simultaneamente de residência aos seus donos” (Decreto-Lei 256/86)²⁹.

Definia o diploma que o turismo de habitação consistia no aproveitamento de casas, antigas, solares, casas apalaçadas ou moradias de reconhecido valor arquitetónico, com dimensões adequadas, mobiliário e decoração de qualidade. O turismo rural consistia em casa rústica com características próprias do meio rural em que se insere situando-se em aglomerado populacional ou não longe dele. Já o agroturismo se deveria desenvolver em casas de habitação integradas numa exploração agrícolas caracterizando-se por algum modo de participação dos turistas nos trabalhos da própria exploração.

Em 2002 surge um novo diploma. O Decreto-Lei nº 54/2002 define o turismo no espaço rural como “conjunto de atividades, serviços de alojamento e animação a turistas em empreendimentos de natureza familiar, realizados e prestados mediante remuneração, em zonas rurais” e as zonas rurais como “as áreas com ligação tradicional e significativa à agricultura ou ambiente e paisagem de carácter vincadamente rural” (Decreto-Lei nº 54/2002)³⁰. As categorias previstas neste diploma são: Turismo de habitação, turismo rural, agroturismo, turismo de aldeia, casas de campo, hotéis rurais e parques de campismo rurais.

Os conceitos de turismo de habitação, turismo rural e agroturismo não apresentam grandes alterações face ao previsto no documento de 1986 mantendo-se alojamentos de cariz familiar, no qual deverão residir os proprietários em edifícios de elevado valor arquitetónico, rústico ou explorações agrícolas respetivamente.

Surge o conceito de turismo de aldeia sendo o mesmo “o serviço de hospedagem prestado num conjunto de, no mínimo, cinco casas particulares situadas numa aldeia e exploradas de forma integrada, quer sejam ou não utilizadas como habitação própria dos seus proprietários, possuidores ou legítimos detentores” devendo estas mesmas casas integrar-se na arquitetura típica local (Decreto-Lei nº 54/2002)³¹.

²⁹ Decreto-Lei nº256/86 – Diário da República 1ª série N.196 – 27 de Agosto de 1986

³⁰ Decreto-Lei nº 54/2002 – Diário da República 1ª série A Nº59 – 11 de Março de 2002

³¹ Decreto-Lei nº 54/2002 – Diário da República 1ª série A Nº59 – 11 de Março de 2002

Surge também o conceito de casas de campo bastando ser edifícios que pela sua traça, materiais de construção e demais características se integrem na arquitetura e ambiente rústico próprio do local em que se insiram. Poderão ser, ou não, utilizadas como habitação própria dos seus proprietários.

Outro dos conceitos abordados neste diploma é o dos hotéis rurais que deverão ser estabelecimentos hoteleiros localizados em zonas rurais. Também estes alojamentos deverão respeitar as características arquitetónicas das regiões em que se insiram.

Por fim surgem os parques de campismo rurais tratando-se dos “terrenos destinados permanentemente ou temporariamente à instalação de acampamentos, integrados ou não em explorações agrícolas, cuja áreas não seja superior a 5000m²” (Decreto-Lei n.º 54/2002)³².

O foco do Decreto-Lei n.º 54/2002 está uma vez mais nos alojamentos de cariz vincadamente rural fazendo, no entanto, referência às atividades de animação a turistas que poderão ser oferecidas por esses mesmos alojamentos.

Em 2008 volta a surgir nova legislação. O Decreto-Lei n.º 39/2008 vem servir de base a toda a regulamentação dos empreendimentos turísticos. Tem como principal objetivo a simplificação dos regulamentos relativos a esta matéria.

Entre as alterações mais significativas está o facto de o turismo de habitação ter deixado de ser um modo de alojamento exclusivo das zonas rurais podendo agora ser implementado em zonas urbanas. Caem também os conceitos de turismo de aldeia, turismo rural e parque de campismo rural mantendo-se as classificações de casas de campo, agroturismo e hotéis rurais. Perde-se também a referência ao facto de os empreendimentos de turismo no espaço rural terem de pertencer a pequenas empresas familiares ou pessoas singulares bem como à obrigatoriedade dos empreendimentos serem local de residência dos seus proprietários ou representantes.

Como conceito mais abrangente as casas de campo passaram a integrar o que até então era considerado como turismo de aldeia e turismo rural mantendo as restantes características. O conceito de agroturismo não sofreu alterações significativas e a legislação salvaguarda agora que os hotéis rurais se poderão implantar em edifícios novos.

³² Decreto-Lei n.º 54/2002 – Diário da República 1.ª série A N.º 59 – 11 de Março de 2002

Indica também que a quantidade máxima de unidades de alojamento para as categorias de casas de campo e agroturismo é de 15 (Decreto-Lei 39/2008)³³.

No ano seguinte foi publicado o Decreto-Lei nº 228/2009 que, entre outras alterações, veio especificar que os empreendimentos classificados como casas de campo ou agroturismo “devem preservar, recuperar e valorizar o património arquitetónico histórico, natural e paisagístico dos respetivos locais e regiões onde se situam, através da reconstrução reabilitação ou ampliação de construções existentes” (Decreto-Lei nº 228/2009)³⁴.

Corria o ano de 2014 quando voltou a ser produzida legislação neste âmbito através do Decreto-Lei nº 15/2014. Este documento estabelece que “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” (Decreto-Lei 15/2014)³⁵. O diploma acaba também o limite de 15 unidades de alojamento para as tipologias de casas de campo e agroturismo.

A última peça legislativa a ser produzida sobre esta matéria foi o Decreto-Lei Nº 80/2017. O documento tem como principal objetivo simplificar o regime jurídico dos empreendimentos turísticos. Sem alterações significativas no que ao TER diz respeito passando a clarificar que os hotéis rurais se poderão instalar em edifícios existentes ou construídos de raiz. (Decreto-Lei 80/2017)³⁶.

Segundo o TP³⁷ existem neste momento 2096 registos de TER em Portugal dos quais, 1557, correspondem à tipologia de casa de campo, 408 correspondem à tipologia de agroturismo e 131 correspondem à categoria de hotel rural. Os números espelham a importância a representatividade destas tipologias de alojamento que, segundo dados do INE³⁸ apresentaram um crescimento de 56% desde 2009.

³³ Decreto-Lei nº 39/2008 – Diário da República 1ª série Nº48 – 7 de Março de 2008

³⁴ Decreto-Lei nº 228/2009 – Diário da República 1ª série Nº 178 – 14 de Setembro de 2009

³⁵ Decreto-Lei nº 15/2014 – Diário da República 1ª série Nº 16 – 23 de Janeiro de 2014

³⁶ Decreto-Lei nº 80/2017 – Diário da República 1ª série Nº 125 – 30 de Junho de 2017

³⁷ TP – Turismo de Portugal. Registo Nacional de Turismo

³⁸ INE – Instituto Nacional de Estatística. Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos (atualizado a 24/01/2020)

Capítulo 2: O Alto Alentejo

Para melhor compreender o enquadramento do turismo em espaço rural no Alto Alentejo é importante compreender em primeiro lugar a região, o que a torna rural e a importância desta atividade.

Alto Alentejo é uma sub-região NUTS III - Nomenclatura das Unidades Territoriais Para Fins Estatísticos. É predominantemente rural, tem uma área de 6 056 km² e integra a região do Alentejo correspondendo ao distrito de Portalegre e do qual fazem parte os concelhos de Alter do Chão, Arronches, Avis, Campo Maior, Castelo de Vide, Crato, Elvas, Fronteira, Gavião Marvão, Monforte, Nisa, Ponte de Sor, Portalegre e Sousel (CIMAA, 2020)³⁹.

2.1 Localização e acessibilidades

O Alto Alentejo localiza-se no interior Sul de Portugal sendo limitada pela Beira Baixa (a Norte), Médio Tejo (a Noroeste), Lezíria do Tejo (a Oeste), Alentejo Central (a Sul) e por Espanha (a Este).



Figura 1 Localização do Alto Alentejo na Península Ibérica / Adaptado de : maps.google.com

³⁹ CIMAA – Comunidade Intermunicipal do Alto Alentejo (2020). www.cimaa.pt

As principais acessibilidades rodoviárias que servem a região são o IP2 (itinerário principal que atravessa o interior de Portugal e a região de Norte a Sul) e a A6 (autoestrada que liga Lisboa a Madrid). Apesar de não passar pela região a A23 (autoestrada que liga a zona litoral de Portugal ao interior Norte) tem também um papel bastante importante pela sua proximidade e ligações. Uma vasta rede de estradas nacionais e municipais permite o acesso às várias localidades da região.

Existe apenas uma linha de comboio que atravessa o território de Noroeste a Sudeste (Infraestruturas de Portugal, 2020)⁴⁰.

Não existe qualquer aeroporto internacional na região do Alto Alentejo estando o aeroporto de referência mais próximo (Lisboa) a 223 km de Portalegre (a capital de distrito). De notar a existência de um aeródromo municipal, em Ponte de Sor, que se tem vindo a desenvolver nos últimos anos com a criação de alguns negócios relacionados com a indústria aeronáutica e formação de pilotos.

Sendo uma região interior o Alto Alentejo não tem qualquer ligação por via marítima. Também não existem ligações fluviais.

Apesar de estar longe dos grandes centros, desprovido de ligações aéreas, marítimas ou fluviais e com uma ligação ferroviária muito limitada considera-se que as acessibilidades da região são bastante razoáveis sobretudo devido a uma rede rodoviária que possibilita um acesso privilegiado à região de Lisboa bem como ao aeroporto da capital portuguesa com ligação direta a várias cidades de todo o mundo.

2.2 Clima

Podendo encorajar ou impedir os fluxos turísticos, o clima é um dos fatores que mais impacto tem no número de visitantes em qualquer local.

Não sendo comuns os fenómenos meteorológicos extremos como tornados ou tempestades (de baixo ou elevado nível de intensidade) o Alto Alentejo caracteriza-se sobretudo pela existência de quatro estações do ano bem definidas com diferenças significativas entre elas. Os Verões tendem a ser secos e quentes enquanto que os Invernos

⁴⁰ Infraestruturas de Portugal. www.infraestruturasdeportugal.pt

são frios e por vezes chuvosos. As Primaveras são amenas bem como os Outonos (se bem que esta última estação do ano tende a ser mais instável do ponto de vista da precipitação).

Na figura abaixo é possível verificar as temperaturas máximas e mínimas na estação meteorológica de Portalegre com recurso a dados recolhidos entre os anos 1971 e 2000.

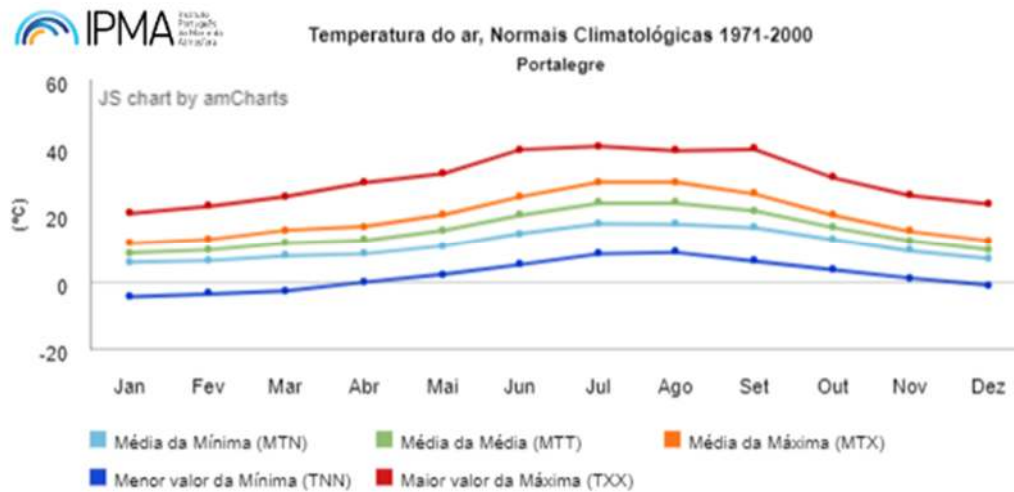


Figura 2 Temperatura do ar em Portalegre / Fonte: IPMA

É possível verificar que os máximos históricos ultrapassam os 40° centígrados entre os meses de Junho e Setembro sendo que a média das temperaturas máximas atinge o seu pico nos meses de Julho e Agosto rondando a mesma os 30° centígrados. Conclui-se também que, apesar de apresentarem picos de temperatura, os meses de Junho e Setembro são por norma mais amenos. Nos meses mais quentes as temperaturas mínimas não baixam, por norma, dos 10° centígrados.

Nos meses mais frios as temperaturas mínimas baixam pontualmente dos 0° centígrados mantendo-se por norma entre os 5° e os 10° centígrados.

Considera-se que a região apresenta uma amplitude térmica considerável principalmente quando comparada com as regiões costeiras de Portugal.

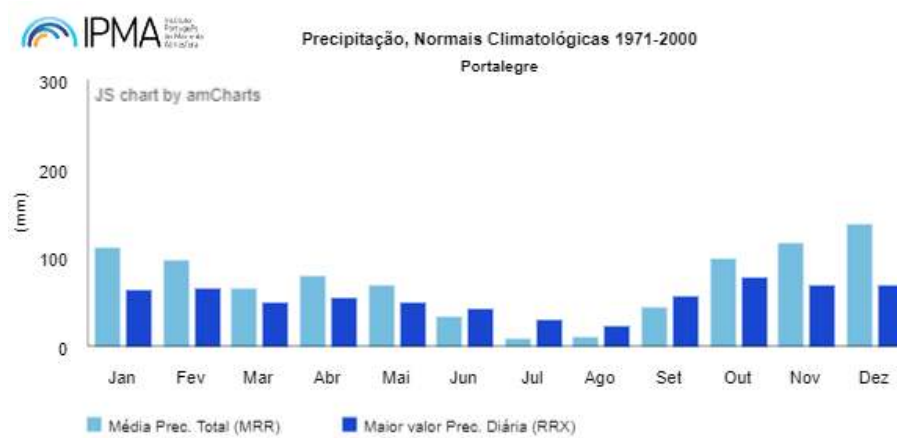


Figura 3 Precipitação em Portalegre / Fonte: IPMA

Também ao nível da precipitação é possível encontrar uma grande variação na região havendo uma concentração nos meses de Outubro a Fevereiro (IPMA, 2020)⁴¹.

2.3 População e demografia

A 31 de Dezembro de 2018 o Alto Alentejo apresentava uma população total de 105 479 habitantes sendo o concelho mais populoso Portalegre (22 359 habitantes) seguido de Elvas (20 706 habitantes) e Ponte de Sor (15 092 habitantes). A região apresenta uma quebra na sua população desde 2001 na ordem dos 16.6% fenómeno que não é recente e teve início no século XX com os vários movimentos migratórios dos territórios do interior para as cidades do litoral de Portugal e que tem levado a um decréscimo de residentes da maioria das regiões interiores do país.

A densidade populacional da região é também bastante reduzida (17.5 habitantes por km²) o que a torna numa das regiões menos densamente povoadas de Portugal.

Comparando com os registos nacionais a região do Alto Alentejo também apresenta sinais significativos de envelhecimento com 27.4% da sua população a exceder os 65 anos, mais 5.7% do que o registo total do país. Também a percentagem de residentes com menos de 14 anos é inferior ao valor de referência nacional. O Alto Alentejo apresenta 11.6% da sua população até 14 anos quando o valor de referência nacional é de 13.8% (INE, 2020)⁴².

⁴¹ IPMA – Instituto Português do Mar e da Atmosfera. www.ipma.pt

⁴² INE – Instituto Nacional de Estatística. Estimativas Anuais da População Residente (atualizado a 14/06/2019)

2.4 Educação

Os indicadores de escolaridade no Alto Alentejo apresentam valores aquém dos registos nacionais. Segundo dados recolhidos nos Censos de 2011 apenas 9.6% da população na região havia concluído ensino superior (menos 4.2% do que o valor de referência a nível nacional). Digno de registo é também a percentagem de população sem qualquer tipo de escolaridade, 17.2%, valor consideravelmente superior aos 10.4% registados em Portugal (INE, 2020)⁴³.

2.5 Emprego e desemprego

Segundo os Censos de 2011 a região do Alto Alentejo apresenta uma percentagem de empregados com mais de 15 anos inferior ao valor de referência nacional. A taxa de atividade total da região é de 48.8%. De notar também que este indicador apresenta valores mais reduzidos sobretudo nos escalões etários mais baixos o que subentende uma maior dificuldade na entrada dos jovens no mercado de trabalho do que o que se verifica por norma em Portugal (INE, 2020)⁴⁴.

Dados mais recentes, de 2018, vêm confirmar a ideia de que a percentagem de população desempregada é superior no Alto Alentejo e se encontra acima dos valores de referência nacionais visto que a percentagem de inscritos nos centros de emprego desta região face à população total é de 6.6%. De notar também que se tem verificado uma tendência de quebra nestes valores e uma convergência entre a taxa de desemprego nacional e a taxa de desemprego do Alto Alentejo o que poderá significar um aumento do emprego, a saída de desempregados para outras regiões ou ambos os fenómenos (IEFP, 2020)⁴⁵.

2.6 Tecido empresarial

Apesar de não existir uma grande disparidade a região do Alto Alentejo apresenta 11.6 empresas por cada 100 residentes o que fica aquém do valor de referência nacional que se cifra nas 12.1 empresas por cada 100 residentes.

⁴³ INE – Instituto Nacional de Estatística. X, XII, XIV e XV Recenseamentos Gerais da População (atualizado a 26/06/2015)

⁴⁴ INE – Instituto Nacional de Estatística. X, XII, XIV e XV Recenseamentos Gerais da População (atualizado a 26/06/2015)

⁴⁵ IEFP – Instituto de Emprego e Formação Profissional. www.iefp.pt

As empresas sedeadas na região apresentaram no final de 2017 um volume de negócios na ordem dos 2 073 milhões de euros anuais contribuindo apenas com 0.56% do volume de negócios total das empresas portuguesas.

Uma percentagem significativa destas empresas, 26.9%, dedica-se à agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca às quais se seguem as empresas dedicadas ao comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis e motociclos (17.3%) e pelas empresas de alojamento, restauração e similares (9.4%) (INE, 2020)⁴⁶.

2.7 Saúde e Segurança

A região do Alto Alentejo apresentava no final de 2018 um rácio de 3.7 médicos por cada 1000 habitantes o que fica aquém do valor reservado a nível nacional (5.2 médicos por cada 1000 habitantes). Por outro lado, a região apresenta um rácio de farmácias e postos farmacêuticos de 0.7 por cada 1000 habitantes superior ao valor de referência para Portugal que é 0.3 (INE, 2020)⁴⁷.

A região é considerada uma das mais seguras do país com uma taxa de criminalidade de 28.1%. Trata-se de um registo 4.3% inferior ao valor de referência de Portugal, país considerado geralmente seguro (DGPJ, 2020)⁴⁸.

⁴⁶ INE – Instituto Nacional de Estatística. Sistema de Contas Integradas das Empresas (atualizado a 07/03/2019)

⁴⁷ INE - Estatísticas do Pessoal de Saúde

⁴⁸ DGPJ. Direção Geral da Política de Justiça. dgpj.justica.gov.pt/

Capítulo 3: O turismo no Alto Alentejo

A baixa densidade populacional do Alto Alentejo, região vincadamente rural, tem permitido que se mantenha genuína e inexplorada. Estas características e os recursos turísticos variados têm feito com que a região tenha vindo a observar um crescimento da atividade turística nos últimos anos em linha com o desenvolvimento que se tem registado a nível nacional.

3.1 A oferta turística do Alto Alentejo

Para melhor conhecer a dinâmica turística da região é fundamental entender o que motiva os turistas a visita-la, os seus principais recursos turísticos bem como os serviços oferecidos no Alto Alentejo.

3.1.1 Principais recursos turísticos

Repartida entre a Serra de S. Mamede e a planície alentejana a região do Alto Alentejo apresenta uma diversidade de recursos turísticos assinalável. Esta diversidade confere à região uma riqueza excecional. O facto de ser uma região fronteiriça fez também com que fosse palco de muitas batalhas ao longo da sua história e à edificação de várias estruturas que são hoje bastante valorizadas pelos visitantes. É também importante assinalar a riqueza gastronómica da região.

O Parque Natural da Serra de S. Mamede é sem dúvida a principal referência no que concerne a recursos naturais. Trata-se de uma área protegida que abrange a área da Serra que lhe dá o nome, uma das mais altas do país, chegando a territórios pertencentes aos concelhos de Arronches, Castelo de Vide, Marvão e Portalegre. Nesta zona é possível encontrar uma grande diversidade de habitats, fauna e flora. Para além das paisagens naturais de elevado interesse turístico esta é também uma área protegida bastante habitada o que lhe confere características ímpares. Recentemente foram desenvolvidos vários percursos pedestres na região do Alto Alentejo com especial foco na área do Parque Natural da Serra de S. Mamede. Esta área é também um local privilegiado para a observação de aves (ICNF, 2020)⁴⁹.

Também o concelho de Nisa também se insere no Geoparque Naturtejo da Meseta Meridional. Trata-se de um território de elevado valor geológico em que se procura o

⁴⁹ ICNF – Instituto de Conservação da Natureza e das Florestas; www.icnf.pt.

desenvolvimento sustentável através da proteção e promoção do seu património. Integra a rede dos Geoparques Mundiais da UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e Cultura). Neste parque são promovidas atividades ao ar livre como passeios pedestres, BTT, observação de aves entre outras (Naturtejo, 2020)⁵⁰.

De notar a presença do rio Tejo (o mais extenso em território nacional) no extremo Norte da região sendo possível desenvolver em alguns dos seus trechos passeios, pesca desportiva ou atividades de turismo de aventura. Também no rio Tejo se encontra a praia fluvial do Alamal, local que tem apresentado uma procura crescente de visitantes.

Na região do Alto Alentejo é também possível encontrar várias barragens e pequenos cursos de água com particular aptidão para a prática de diversos desportos e para o desenvolvimento de atividades turísticas. Destacam-se as barragens de Montargil, Maranhão, Póvoa e Meadas e Caia.

As características excecionais das águas em alguns locais da região têm permitido o surgimento de espaços termais dos quais se destacam as termas da sulfúrea, em Cabeço de Vide e as termas da Fadagosa de Nisa.

Apesar da paisagem rica e variada uma parte significativa da região caracteriza-se pelo montado, paisagem tipicamente alentejana, onde predominam as pastagens para gado (sobretudo ovino e bovino), os sobreiros e as azinheiras.

Em algumas zonas é possível encontrar paisagens mais influenciadas pelo homem e pela exploração agrícola e florestal. As expressões mais comuns assumem a forma de olivais (tradicional ou de exploração mais intensiva), eucaliptais e vinhas.

No que diz respeito ao património cultural e monumental e devido ao facto do Alto Alentejo ser uma região fronteiriça destacam-se as construções que serviram de apoio à defesa do território português.

Uma das mais relevantes é a cidade-quartel fronteiriça de Elvas e suas fortificações que receberam reconhecimento internacional através da classificação como património mundial da UNESCO (Comissão Nacional da UNESCO, 2020)⁵¹.

Com grande destaque a nível regional e nacional Marvão, uma pequena vila, sede de concelho, localizada no topo de uma das montanhas da Serra de S. Mamede e protegida por um castelo excecionalmente bem conservado e de imponência assinalável.

⁵⁰ Naturtejo. www.naturtejo.com

⁵¹ Comissão Nacional da UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e Cultura). www.unescolportugal.mne.pt

Na região desatam-se também outras construções de cariz militar como Castelo de Vide e as suas fortificações, o castelo de Belver, o castelo de Amieira do Tejo ou o mosteiro fortificado de Flora da Rosa.

Por toda a região é possível encontrar exemplos excecionais de arquitetura religiosa sobretudo nos aglomerados populacionais. São sobretudo igrejas, a grande maioria em bom estado de conservação e abertas ao culto católico apostólico romano, mas também conventos e mosteiros que na sua esmagadora maioria não servem o seu propósito original sendo que alguns foram recuperados para outras utilizações tais como alojamento turístico, bibliotecas ou outros serviços públicos. Também dentro destas construções é possível encontrar vários elementos de arte sacra.

Dada a sua história é possível encontrar na região vários exemplos de arquitetura civil, na sua grande maioria palácios, palacetes e casas antigas. Edifícios seculares que em tempos serviram de casa às famílias mais poderosas da região e de sede às atividades que desenvolviam (muitas relacionadas com a exploração agrícola e pecuária, mas não só).

Também na região é possível encontrar alguns exemplares de megalitismo (mais concretamente antas e menires) e a cidade romana da Ammaia (com o respetivo centro de interpretação) localizados no concelho de Marvão.

Existem na região vários espaços museológicos e centros de interpretação destacando-se o centro de ciência do café em Campo Maior, o museu da tapeçaria de Portalegre ou o centro de interpretação da Batalha dos Atoleiros em Fronteira (Turismo do Alentejo, 2020⁵²; Milheiro, E., 2013⁵³).

Região com uma ligação muito forte à terra e aos seus produtos o Alto Alentejo é particularmente rico do ponto de vista gastronómico em linha com as restantes sub-regiões do Alentejo. Os pratos fortes à base de pão como as migas e sopas de tomate são algumas das especialidades mais reconhecidas bem como a doçaria regional muita dela de origem conventual. Os vinhos ocupam lugar de destaque em toda a região com um *terroir* único e muita aptidão para a produção de néctares de qualidade superior.

É possível encontrar na região uma grande variedade de artesãos dedicando-se a sua maioria ao trabalho de produtos endógenos tais como a cortiça e madeiras locais.

⁵² Turismo do Alentejo ERT. www.visitalentejo.pt

⁵³ Milheiro, E. (coord.). 2013. *Observatório Regional de Turismo do Alentejo - Atividade 2: Sistema de Informação Geográfica da Oferta Turística da Área Regional do Alentejo. Relatório final*. Portalegre: Instituto Politécnico de Portalegre (não publicado).

Por todas as localidades do Alto Alentejo é possível encontrar diversos grupos como ranchos folclóricos, bandas filarmónicas ou coros.

A região apresenta vários eventos de diversa índole sendo alguns dos quais de dimensão meramente local e outros de impacto nacional e até internacional. Destes eventos destacam-se: O festival do Crato que tem sido nos últimos anos um dos mais importantes festivais de música comercial de Portugal realizando-se todos os anos no final de Agosto; As festas do Povo de Campo Maior, um evento único que resulta da ornamentação de grande parte das ruas da vila com flores de papel realizando-se por vezes no mês de Agosto “quando o povo quer”; A romaria de S. Mateus em Elvas que atrai milhares de visitantes anualmente à cidade por motivos religiosos e não só no mês de Setembro e a Baja Portalegre 500, um dos eventos de desporto motorizado mais importantes do país e, seguramente, o evento maior do todo o terreno nacional que reúne participantes de todo o mundo no final de Outubro em torno de um percurso que percorre a maioria dos concelhos da região.

Alguns eventos de alcance internacional que no entanto apresentam menor dimensão têm-se desenvolvido nos últimos anos que pelas suas características têm ajudado à dinamização do turismo na região dos quais se destacam o *Norte Alentejo O Meeting* (uma prova de orientação), os *Castelo de Vide Cup* (torneios de futebol para jovens de todo o mundo); o *Portugal Air Summit* (feira aeronáutica na Ponte de Sor); As 24 horas de Fronteira (um evento de todo o terreno que decorre nesta localidade) ou o Festival Internacional de Música de Marvão.

3.1.2 Alojamento

Segundo dados do INE⁵⁴ a região do Alto Alentejo apresentava no final de 2018 um total de 125 alojamentos registados com capacidade para alojar 3 937 visitantes contribuindo apenas com 0.93% da capacidade de alojamento total de Portugal demonstrando, no entanto, uma tendência de crescimento desde o ano de 2013. O concelho de Elvas apresenta 24% desta capacidade seguido de Castelo de Vide (15%), Ponte de Sor (13%), Marvão (11%) e Portalegre (11%).

A maior parte desta oferta de alojamento, 54%, está distribuída pelas unidades hoteleiras na sua esmagadora maioria de 3* e 4* havendo ainda duas unidades de 5* em funcionamento na região e algumas opções de 2*.

⁵⁴ INE – Instituto Nacional de Estatística. Inquérito à Permanência de Hóspedes na Hotelaria e Outros Alojamentos (atualizado a 18/09/2019)

Apesar da maioria da capacidade de alojamento da região ser composta por hotéis a maior parte dos estabelecimentos de alojamento presentes na região são pequenos empreendimentos de turismo no espaço rural e de turismo de habitação. Estes representam 58% dos estabelecimentos e apresentaram uma tendência de crescimento de 27% desde 2013 até 2018 concluindo-se, portanto, que este tipo de estabelecimentos tem sido uma forte aposta por parte de empreendedores no Alto Alentejo.

3.1.3 Restauração

O Alto Alentejo apresenta uma oferta ao nível da restauração bastante representativa sendo comum encontrar mais do que uma opção em quase todas as localidades. Esta realidade vem em linha do que acontece na maioria do país dedicando-se a maioria dos estabelecimentos à gastronomia regional e nacional. Os restaurantes da região são por norma bastante apreciados pelos visitantes quer pela qualidade sua oferta quer pelo seu preço reduzido comparando com outras regiões. A maioria desta oferta está vocacionada para a população residente o que torna a experiência dos visitantes ainda mais genuína e imersiva.

3.1.4 Animação

Segundo o Registo Nacional de Turismo (RNT)⁵⁵ existem 32 empresas ou empresários em nome individual devidamente registados para o exercício de atividades de animação turística cumprindo com os requisitos. Apesar do número significativo de registos há que ter em conta que 72% têm menos de 3 anos existindo uma predominância de registos pertencentes a microempresas e/ou empresários em nome individual. Se por um lado este indicador demonstra vontade em desenvolver negócios na área da animação turística na região do Alto Alentejo, por outro nota-se que o negócio está ainda em fase de desenvolvimento sendo que grande parte destas empresas não deverão ter ainda estrutura para dar resposta às necessidades dos visitantes.

3.1.5 Transportes

Como havíamos verificado no momento da abordagem das acessibilidades do Alto Alentejo foi possível constatar que a mesma apresenta uma rede rodoviária adequada que permite a ligação entre a região e os mercados emissores de viajantes bem como as

⁵⁵ TP – Turismo de Portugal. Registo Nacional de Turismo

deslocações intrarregionais. Esta situação e a quase inexistência de alternativas faz com que os transportes rodoviários sejam os mais utilizados por larga margem.

A região é servida pela “rede expressos”. Trata-se de um serviço de autocarros que permite uma ligação rápida e confortável às principais cidades portuguesas, sobretudo a Lisboa com várias ligações diárias. As centrais de autocarros com mais ligações são Portalegre, Elvas e Ponte de Sor (as cidades do Alto Alentejo), no entanto é possível utilizar este serviço em quase todos os concelhos da região (à exceção de Monforte e Arronches) (Rede de Expressos, 2020)⁵⁶.

A “rodoviária do Alentejo” assegura o transporte público de passageiros rodoviário ao nível local e regional permitindo a ligação entre a maioria das localidades do Alto Alentejo (Rodoviária do Alentejo, 2020)⁵⁷.

É possível encontrar serviços de táxi em praticamente todas as localidades da região e o serviço de aluguer de veículos também se encontra disponível em alguns locais nomeadamente em Portalegre (*Europcar*, *Sadorent* e *Guerin*), Elvas (*Europcar*) e Ponte de Sor (*X-Raid*) (Europcar⁵⁸; Sadorent⁵⁹; Guerin⁶⁰, X-Raid⁶¹, 2020).

No que diz respeito às ligações ferroviárias existe um comboio de ida e volta diário entre o Entroncamento (estação no centro do país que permite a ligação às principais cidades portuguesas) e Badajoz (em Espanha) com paragens nas estações de Ponte de Sor, Torre das Vargens, Chança, Crato, Portalegre, Assumar, Arronches, Santa Eulália e Elvas (CP,2020)⁶².

A maioria dos visitantes da região (sobretudo os que provêm de Portugal continental ou de regiões próximas de Espanha) fazem-no utilizando o seu próprio veículo. Os visitantes provenientes de mercados emissores mais distantes recorrendo a ligações aéreas tendem a alugar um veículo no aeroporto. A distância considerável entre os vários recursos turísticos bem como o reduzido número de ligações ao nível do transporte rodoviário público e regular faz também com que a utilização de veículo próprio ou alugado seja a opção mais conveniente.

⁵⁶ Rede Expressos. www.rede-expressos.pt

⁵⁷ Rodoviária do Alentejo. www.rodalentejo.pt

⁵⁸ Europcar. www.europcar.pt

⁵⁹ Sado Rent. www.sadorent.pt

⁶⁰ Guerin. www.guerin.pt

⁶¹ X-Raid. www.xraidrentacar.com

⁶² CP. Comboios de Portugal. www.cp.pt

3.1.6 Distribuição Turística

Segundo o TP⁶³ estão registadas 12 agências de viagens com sede ou estabelecimentos no Alto Alentejo. Grande parte destas agências dedicam-se sobretudo ao *outgoing*, ou seja, à comercialização de programas turísticos a residentes para fora da região. Existem também algumas empresas dedicadas sobretudo à animação turística, na região e não só, que estão também registadas como agência de viagem. É possível também encontrar alguns registos de empresas muito recentes que aparentam não estar ainda a operar pelo que é também possível concluir que não existem empresas locais consolidadas que se dediquem ao *incoming*, ou seja, ao desenvolvimento e comercialização de programas turísticos na região para visitantes externos sendo que a maioria dos visitantes da região seleciona e reserva o seu alojamento diretamente ou através de plataformas internacionais *online* tais como *booking*, *airbnb*, *homeaway* ou *expedia*.

3.2 A procura turística do Alto Alentejo

Por forma a compreender a dinâmica turística do Alto Alentejo é também fundamental compreender a procura turística da região e a sua evolução nos últimos anos bem como o perfil de visitante que procura a região.

3.2.1 Caracterização global

Em 2018 o Alto Alentejo registou 219 822 hóspedes e 382 257 dormidas. Como é possível constatar na fig. 6 a região verificou um aumento constante e muito significativo de hóspedes e dormidas nos últimos anos. Este crescimento rondou os 38% nos últimos 4 anos tendo sido mais acentuado do que o crescimento registado a nível nacional. Por sua vez a estada média têm-se mantido estável na ordem das 1.7 noites por hóspede o que representa menos uma noite do que o valor global de Portugal.

⁶³ TP – Turismo de Portugal. Registo Nacional de Turismo

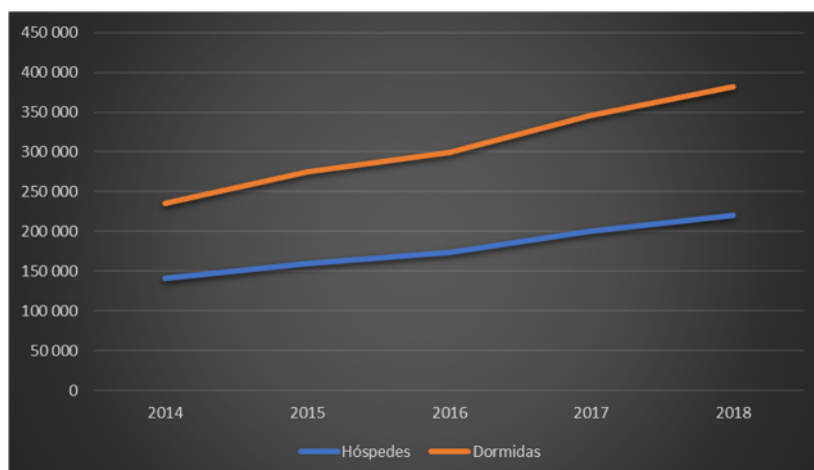


Figura 4 Hóspedes e Dormidas no Alto Alentejo / Adaptado de: INE

Em 2018 os alojamentos do Alto Alentejo registaram uma taxa média de ocupação de 28.9% tendo sido registado um pequeno aumento nos últimos anos. De notar que este indicador fica bastante aquém da estada média dos alojamentos portugueses que se cifrou nos 47.8% em 2018.

Em linha com os registos nacionais também a região do Alto Alentejo apresenta uma sazonalidade bastante significativa com 38.5% das dormidas a serem registadas nos meses de Julho, Agosto e Setembro. Este indicador não tem sofrido oscilações significativas nos últimos anos (INE, 2020)⁶⁴.

⁶⁴ INE – Instituto Nacional de Estatística. Inquérito à Permanência de Hóspedes na Hotelaria e Outros Alojamentos (atualizado a 18/09/2019)

3.2.2 Perfil do visitante

Após a análise dos dados disponibilizados pelo INE⁶⁵ é possível constatar que cerca de 74% dos hóspedes dos alojamentos do Alto Alentejo são residentes em Portugal pelo que se conclui que o turismo interno é de fundamental importância para a região. De registar também que desde 2017 se verificou um ligeiro aumento da percentagem de hóspedes estrangeiros.

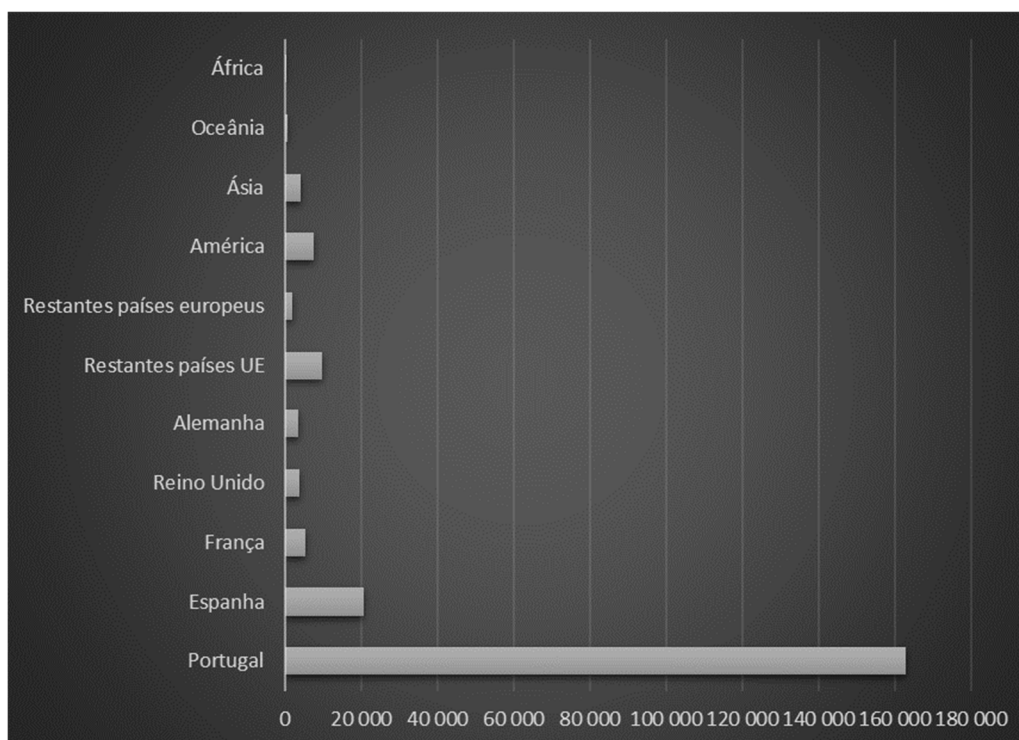


Figura 5. Nacionalidade dos hóspedes no Alto Alentejo / Adaptado de: INE

Após observar a figura 3 é também possível verificar um número muito significativo de hóspedes provenientes de Espanha tratando-se também de um mercado de proximidade.

Em 2013 o Turismo do Alentejo⁶⁶ desenvolveu um estudo para a toda a região na qual se insere o Alto Alentejo em colaboração com as entidades académicas presentes na região (Instituto Politécnico de Portalegre, Universidade de Évora e Instituto Politécnico de Beja). Este trabalho facilitou algumas conclusões que permitem traçar o perfil do visitante indicando que, por norma, reside em Portugal, tem entre 35 e 54 anos, é casado(a) ou vive em união de facto, possui um rendimento líquido mensal entre os 1001€

⁶⁵ INE – Instituto Nacional de Estatística. Inquérito à Permanência de Hóspedes na Hotelaria e Outros Alojamentos (atualizado a 18/09/2019)

⁶⁶ Turismo do Alentejo ERT (2013). Caracterização da procura turística - Alentejo

e os 2000€ mensais, visita a região por motivos relacionado com “lazer, recreio ou férias”, utiliza o “automóvel próprio” como meio de deslocação ao destino, escolhe o Alentejo de forma decidida não ponderando outros destinos, procura alojamento recenseado, viaja preferencialmente acompanhado(a) para a região sobretudo com familiares e amigos ou em casal, não reserva através de pacotes turísticos e utiliza a internet para reservar alojamento, procura repousar e escolhe o destino devido às suas paisagens e ambiente relaxante e evidencia propensão para regressar e/ou aconselhar o destino.

Capítulo 4: O Turismo no Espaço Rural no Alto Alentejo

Para melhor compreender os desafios do TER no Alto Alentejo é fundamental compreender a realidade deste tipo de alojamento na região. Partido de uma análise de custos, proveitos, rentabilidade, passando pelo enquadramento da atividade nas propriedades em que decorre e pela apresentação do caso específico da Quinta dos Ribeiros o capítulo termina com uma reflexão acerca do presente e futuro do TER na região do Alto Alentejo.

4.1 Proveitos com alojamento

Pretende-se analisar neste ponto de forma sucinta o potencial de geração de receitas de um alojamento de TER na região do Alto Alentejo sobretudo através da avaliação dos valores praticados na região juntamente com a taxa de ocupação apurada pelo INE e a capacidade do alojamento constante no registo nacional de turismo. Na tabela abaixo podemos encontrar as tarifas praticadas em 13 empreendimentos de turismo no espaço rural localizados no Alto Alentejo. Foram excluídos desta análise os hotéis rurais pois, apesar de se incluírem no TER, apresentam características muito distintas no que toca à sua capacidade e características.

Alojamento	Concelho	Preço/noite para 2 adultos			Capacidade
		Época baixa (Janeiro)	Época média (Maio)	Época alta (Agosto)	
Eira Velha	Marvão	50 €	50 €	70 €	11
Agro Turismo Monte Alto	Campo Maior	65 €	65 €	80 €	16
Herdade da Maxuqueira	Gavião	150 €	150 €	150 €	24
Monte do Ramalho	Avis	70 €	80 €	100 €	12
Cabeças do Reguengo	Portalegre	74 €	77 €	102 €	25
Herdade do Gamito	Crato	150 €	150 €	150 €	18
Monte da Esperança	Arronches	60 €	60 €	80 €	14
Monte das Mariolas	Castelo de Vide	88 €	95 €	110 €	14
Monte das Texugueiras	Ponte de Sor	55 €	60 €	80 €	10
Quinta da Pedra Moura	Sousel	55 €	55 €	55 €	12
Quinta do Cabeçote	Fronteira	60 €	60 €	60 €	16
Quinta dos Ribeiros	Nisa	80 €	100 €	120 €	16
Monte de Vila Formosa	Alter do Chão	100 €	100 €	100 €	10

Tabela 1 - Tarifas para 2 adultos em agroturismo e casas de campo no Alto Alentejo / Adaptado de: www.booking.com e páginas oficiais de alojamentos consultados a 28/01/2020

Para a elaboração da tabela foram consideradas as tarifas mais reduzidas disponíveis em 3 datas para 2 pessoas. A ter em conta que, em alguns alojamentos, as tarifas incluem pequeno-almoço e noutros pressupõem estadia em unidades de alojamento com capacidade para mais hóspedes sendo, no entanto, as mais pequenas disponíveis neste alojamento.

No âmbito desta análise foram selecionados alojamentos localizados em concelhos diferentes tentando deste modo refletir a realidade de toda a região e não de uma determinada área em particular. Excluído ficou o concelho de Monforte por não ter sido possível lá encontrar um alojamento com características que se enquadrassem neste estudo.

Após analisar a tabela é notória a pequena capacidade da maioria dos alojamentos apresentando os mesmos entre 10 e 25 camas fixas o que limita a capacidade de geração de receitas. Será muito importante estudar cada caso aprofundadamente no entanto e face à taxa de ocupação registada pelo INE⁶⁷ para o Alto Alentejo (28.9%) é possível concluir que poucos alojamentos conseguirão ultrapassar os 100 000€ anuais em proveitos com o alojamento e que, cerca de metade, terá até dificuldade em faturar 50 000€ em 12 meses.

A sazonalidade é também uma questão bastante relevante no que diz respeito aos proveitos com o alojamento na região. Segundo dados do INE⁶⁸, 38.5% das dormidas nos alojamentos da região estão concentradas nos meses de Julho, Agosto e Setembro o que está em linha com as demais regiões de Portugal. Este fator representa um desafio sobretudo para a gestão de fluxos de caixa (entradas e saídas de valores na tesouraria do estabelecimento) bem como para a gestão de recursos humanos.

4.2 Custos com o alojamento

Este ponto tem como objetivo compreender os principais custos associados a um estabelecimento de TER bem como as implicações que os mesmos poderão ter na organização.

Custos	Valor/ano
Recursos Humanos (3 funcionários)	42 000,00 €
Custos de manutenção	8 000,00 €
Energia	7 500,00 €
Custos administrativos e financeiros	5 000,00 €
Custos com comunicação e marketing	5 000,00 €
Compras para pequeno-almoço	3 000,00 €
Água	2 500,00 €
Produtos de limpeza (piscina incluída)	2 000,00 €
Serviços de televisão e internet	1 350,00 €
Combustível viaturas e máquinas	600,00 €
Custos totais	76 950,00 €

Tabela 2- Principais custos operacionais anuais da Quinta dos Ribeiros,
Nisa / Fonte: Própria

⁶⁷ INE – Instituto Nacional de Estatística. Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos (atualizado a 24/01/2020)

⁶⁸ INE – Instituto Nacional de Estatística. Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos (atualizado a 24/01/2020)

Na tabela acima poderemos consultar os principais custos que normalmente poderemos encontrar num empreendimento desta natureza. Os mesmos correspondem à média dos últimos 4 anos da Quinta dos Ribeiros, um agroturismo de média dimensão com capacidade e para cerca de 35 hóspedes (camas extra e sofás-cama incluídos) localizado no concelho de Nisa.

A principal despesa de um empreendimento deste género é sem margem para dúvidas o custo com os recursos humanos. São várias as tarefas a desenvolver diariamente num TER passando as principais pela limpeza de quartos e áreas comuns e lavandaria (lençóis, toalhas, toalhas de mesa e guardanapos); Serviço de pequeno-almoço; Limpeza e manutenção de espaços exteriores nos quais se inclui uma zona de piscina sazonal (equipamento presente em quase todos os TER da região); Tratamento de animais de quinta e/ou horta (mais comum na tipologia de agroturismo); Desenvolvimento de campanhas de comunicação e marketing; Gestão de reservas; etc.

Para desenvolver estas tarefas num alojamento de alguma dimensão serão necessárias pelo menos 3 pessoas pelo que é fundamental que as mesmas se revelem polivalentes, flexíveis e vocacionadas para o cliente. A polivalência deve-se à dimensão da equipa e características do espaço. Por seu lado a flexibilidade de horários está sobretudo relacionada com a sazonalidade desta atividade (com grandes fluxos de visitantes concentrados em determinadas alturas do ano e sobretudo em fins de semana e épocas festivas). Ser vocacionado para o cliente é uma característica fundamental visto que a principal meta de um alojamento com estas características deverá ser a de receber os hóspedes de uma forma familiar despretensiosa proporcionando-lhes experiências imersivas e memorável.

Por este motivo normalmente as tarefas relacionadas com limpeza de espaços interiores, lavandaria e serviço de pequeno-almoço ocupam um colaborador a tempo inteiro. A manutenção de espaços exteriores, tratamento e animais e horta (quando existe), manutenção de área de piscina e pequenas obras de manutenção ocupam facilmente outro colaborador. A gestão da logística, manutenção, coordenação de equipa, gestão de reservas, comunicação e marketing, receção e acompanhamento de hóspedes, por norma, fica a cargo de uma outra pessoa que em muitos casos coincide com o proprietário do espaço. Desta forma e atendendo ao valor dos salários médios praticados em Portugal bem como as contribuições para o sistema de segurança social é natural que um empreendimento de TER registe um custo anual de 42 000€ com os seus recursos humanos.

Explorar um estabelecimento de TER implica, invariavelmente, cuidar de uma propriedade rural. De maior ou menor dimensão, seja ela apelidada de quinta ou monte, como é comum na região do Alentejo, trata-se de um espaço que é fundamental manter para garantir o sucesso no negócio. O custo desta manutenção varia com a idade da propriedade e dos equipamentos no local, no entanto é certo que após alguns anos de funcionamento estes custos começarão a surgir. Trata-se de despesas por norma bastante variadas e vão desde os lençóis e toalhas que deverão ser substituídos regularmente por desgaste (ou extravio) a reparações de maior monta como obras de remodelação e recuperação de edifícios passando pela reparação ou substituição de equipamentos ou peças de mobiliário.

Os gastos com energia são também bastante significativos num espaço deste género sendo, por norma, a maior parte destinada à eletricidade, mas também a gás, gasóleo, *pellets* ou lenha para aquecimento (caso existam equipamentos que utilizem estas fontes de energia).

Os custos administrativos e financeiros comportam sobretudo as obrigações legais existentes em Portugal. São sobretudo custos com contabilidade organizada, higiene e segurança no trabalho, medicina no trabalho, higiene e segurança alimentar (caso exista), seguros obrigatórios entre outros.

Os custos de comunicação e marketing são particularmente elevados na medida em que este tipo de alojamento está por norma bastante dependente dos hóspedes que o encontram através de sites de reservas. Pela intermediação destas reservas as empresas responsáveis pelos sites em questão cobram comissões significativas (entre 15% e 20%) que se convertem em custos consideráveis para os alojamentos.

Para que funcione na legalidade um alojamento deverá providenciar água potável preferencialmente proveniente da rede pública pois, caso não o seja, terá de garantir a qualidade da mesma através de análises regulares e correção da mesma sempre que se justifique o que impõe alguns custos tornando-se os mesmos bastante significativos ao longo do tempo.

A necessidade de manter um bom nível geral de higiene no espaço e a necessidade de limpar a fundo as unidades de alojamento sempre que entram novos hóspedes faz também com que os produtos de limpeza se tornem um custo significativo. Para estes valores contribui também a compra de produtos para o tratamento de água de piscina sejam os mesmos à base de cloro ou de sal.

Atualmente é fundamental providenciar um bom serviço de internet e televisão aos hóspedes em qualquer alojamento. Esta realidade faz também com que os custos na subscrição destes serviços sejam bastante significativos e pesem nos resultados financeiros do negócio.

Por fim há-que ter em conta os custos com combustível esteja ele relacionado com veículos ao serviço do alojamento sobretudo por questões logísticas ou com máquinas de manutenção de espaços exteriores como corta relvas, roçadoras, motosserras ou corta sebes.

4.3 A rentabilidade

Após verificar as tarifas praticadas pelos alojamentos de TER na região bem como as taxas médias de ocupação e os custos a que um empreendimento deste género tem de fazer face é possível concluir que este não deverá apresentar, por si só, uma rentabilidade significativa tendo até, em muitos casos, sérias dificuldades em assumir o pagamento de todos os custos associados. Este é sem dúvida o principal desafio que se coloca a um empreendimento deste género na região e deriva sobretudo do reduzido número de quartos que limita as receitas provenientes de alojamento mesmo em períodos de grande procura. Estas limitações devem ter papel central no momento da reflexão, planeamento e desenvolvimento de um projeto desta natureza.

4.4 A envolvimento

Apesar das limitações do ponto de vista financeiro de um negócio de TER as suas características poderão trazer vários impactos positivos aos promotores e ao espaço em que se insere. Estes impactos estão sobretudo ligados à realidade que envolve o negócio. Os benefícios que um TER tem ao nível da preservação e valorização de património são notórios visto que se trata de uma forma de utilizar infraestruturas que de outro modo não teriam utilidade permitindo também suportar parte, ou a totalidade, dos custos com a manutenção destes espaços.

É precisamente na ótica da partilha de custos e recursos que parecem residir as principais vantagens do TER. Por este motivo muitas vezes o papel de anfitrião e/ou gestor do espaço é desempenhado pelos próprios proprietários do que, idealmente, residem no local podendo deste modo assegurar grande parte dos serviços propostos aos clientes. Assiste-se desta forma a uma espécie de simbiose em que os proprietários

conseguem, através do desenvolvimento deste negócio, suportar custos com a preservação e valorização dos seus espaços.

Noutras ocasiões o TER é também visto como uma forma de diversificação de negócios pelo que surge muitas vezes associado à atividade agrícola.

4.5 O caso da Quinta dos Ribeiros

O desenvolvimento deste trabalho está intimamente ligado à experiência profissional do seu autor na Quinta dos Ribeiros, agroturismo localizado junto à vila de Alpalhão no concelho de Nisa.

Ligada à família Andrade Sequeira há já várias gerações a propriedade foi outrora a sede de uma casa agrícola que incluía várias herdades na região somando centenas de hectares dedicados à agricultura. A sua edificação ainda reflete esse propósito sendo composta por uma casa de família datada de finais do século XIX à qual se juntam alguns edifícios de apoio à atividade agrícola dos quais se destaca um antigo celeiro e um anexo que serviu em tempos para abrigo de animais e arrecadação de alfaías agrícolas. A exigência de mão de obra imposta pela agricultura até à segunda metade do século XX fez com que a casa agrícola Andrade Sequeira fosse um dos principais empregadores locais fazendo da Quinta dos Ribeiros um local bastante movimentado.

Com a evolução tecnológica e a mudança da família para o centro da vila de Alpalhão na segunda metade do século XX a quinta perdeu a sua importância tendo, durante um longo período, sido utilizada apenas pontualmente.

Por vontade do seu então proprietário e residente em Alpalhão, Joaquim José Andrade Sequeira, a Quinta dos Ribeiros foi convertida num turismo rural tendo o mesmo começado a operar corria o ano de 2000.

Após o desaparecimento do seu pai em 2011, Natacha Andrade Sequeira assume a continuidade da operação turística da Quinta dos Ribeiros juntamente com os negócios agropecuários associados nomeadamente a criação de ovinos e bovinos e o azeite proveniente do olival tradicional da propriedade. Por não residir em Portugal a proprietária tem vindo a confiar a gestão corrente do seu património e da Quinta dos Ribeiros a diretores sendo o atual o autor deste trabalho encontrando-se em funções desde setembro de 2014.

A Quinta disponibiliza neste momento 7 unidades de alojamento (uma casa para grupos de cerca de 16 pessoas, um T3 para 6 pessoas e 5 suites familiares para 4 pessoas cada). Localiza-se junto à vila de Alpalhão que, apesar de não ser um dos locais mais

procurados por turistas no Alto Alentejo, se encontra junto a um dos principais eixos viários da região (IP2) que permite um acesso rápido e confortável a muitos dos principais recursos turísticos do Alto Alentejo.

A realidade da Quinta dos Ribeiros vem corroborar os dados recolhidos no decorrer deste trabalho. Apresenta uma taxa de ocupação anual de cerca de 30% e um funcionamento vincadamente sazonal (verificando-se o seu pico nos meses de Verão). A grande maioria dos seus clientes tem nacionalidade portuguesa tratando-se sobretudo de famílias com crianças pequenas provenientes das áreas metropolitanas de Lisboa e do Porto. O mercado espanhol apresenta também uma relevância significativa e o número de hóspedes provenientes de outras nacionalidades tem sido pouco relevante.

O número de hóspedes e dormidas tem vindo a aumentar ao longo dos últimos anos (assim como as receitas provenientes do alojamento) no entanto, e face aos custos apresentados no ponto 4.2 do presente trabalho a unidade luta ano após ano para apresentar resultados operacionais positivos.

Funcionando ininterruptamente desde a sua fundação a Quinta dos Ribeiros continua, no entanto, a ser uma aposta dos seus promotores sobretudo pelo facto de ter sido uma solução para a recuperação de um património à data devoluto valorizando-o e permitindo a manutenção de uma estrutura partilhada com outros negócios do sector agropecuário ao mesmo tempo que gera emprego para as populações locais.

4.6 Presente e futuro do TER no Alto Alentejo

Sendo um território de baixa densidade populacional, com pequenas localidades, particularmente espaçadas onde as paisagens naturais, agrícolas ou florestais predominam, o Alto Alentejo é indiscutivelmente uma região vincadamente rural. Tal deve-se sobretudo ao facto de ter sido preterida no desenvolvimento industrial e à desertificação que tem assolado o interior de Portugal continental nas últimas décadas. Por outro lado, esta realidade permitiu a preservação da autenticidade bem patente sobretudo no urbanismo e arquitetura local, na gastronomia e nos costumes da sua população.

A sua genuinidade e cariz rural aliado à proximidade com o principal mercado emissor de turistas português, a região de Lisboa, ao qual tem excelentes ligações rodoviárias, tem potenciado o desenvolvimento turístico do Alto Alentejo. A proximidade com a Espanha e de alguns centros urbanos como Badajoz, Salamanca ou Sevilha aliada à facilidade em promover pequenos negócios de alojamento além-fronteiras sobretudo

através de plataformas online têm facilitado o acesso a este mercado. Também do lado da procura o crescimento do número de viajantes independentes, procurando experiências verdadeiramente diferenciadoras afastadas dos grandes centros de atração turística tem permitido o aumento constante e encorajador dos indicadores turísticos na região.

Por outro lado, é notória a dificuldade em captar para a região turistas dos principais mercados internacionais nomeadamente Reino Unido ou Alemanha representando os mesmos uma percentagem residual dos visitantes do Alto Alentejo. A grande dependência das famílias dos mercados de proximidade agudiza os efeitos da sazonalidade na ocupação dos alojamentos da região em geral e, atendendo às suas características, nos TER em particular.

A pequena capacidade da maioria dos TER na região coloca também grandes entraves ao desenvolvimento do negócio do alojamento sobretudo devido à elevada capacidade financeira exigida pelo património em que se inserem, quer ao nível da sua aquisição e desenvolvimento, quer ao nível da sua manutenção.

A reduzida oferta ao nível da animação turística na região representa também um desafio para todos os TER. Nota-se, no entanto, um investimento das entidades locais na criação de condições que permitam a atração de cada vez mais viajantes sobretudo ao nível dos passeios pedestres no Alto Alentejo.

Na generalidade é possível observar uma tendência de crescimento do número de hóspedes e proveitos que deverá perdurar. Tal deve-se, não só ao aumento do número de viajantes em geral, fruto da prosperidade económica que permite o acesso de produtos turísticos a franjas cada vez maiores da população, como à as alterações dos padrões comportamentais dos turistas, cada vez mais informados procurando cada vez mais experiências genuínas e diferenciadoras.

Para poder capitalizar o aumento de procura que se tem verificado deverão os TER da região apostar na qualidade dos seus serviços procurando oferecer cada vez mais valor a quem os procura podendo desta forma cobrar tarifas mais elevadas e elevar a sua rentabilidade por esta via. Deverão também ajustar a sua capacidade de alojamento por forma a tirar partido dos períodos de maior procura.

Capítulo 5: Recomendações para o desenvolvimento de empreendimento de Turismo no Espaço Rural

Tendo em conta as limitações financeiras que a maioria dos empreendimentos de TER apresenta no Alto Alentejo é fundamental pensar a operação do espaço de forma criteriosa. Para tal é importante tomar decisões adequadas por forma a que um empreendimento deste género venha a aportar algo de positivo ao espaço em que se insere a médio e longo prazo podendo alcançar desta forma as expectativas dos seus promotores.

5.1 Investimento e implementação

Esta é a fase inicial. Trata-se da sucessão de ideias e decisões que levam à implementação do empreendimento deixando-o apto para começar a trabalhar. Trata-se de uma fase crucial importância pois algumas das decisões tomadas terão seguramente um impacto a longo prazo e poderão potenciar ou limitar o sucesso do empreendimento.

5.1.1 Pontos prévios

Em primeiro lugar é fundamental compreender o enquadramento do negócio. Como foi possível verificar trata-se de um alojamento de pequena escala, com uma taxa de ocupação relativamente reduzida e bastante sazonal que não liberta meios financeiros de grande monta. Deste modo a sua lógica deverá passar pela integração numa dinâmica propícia ao seu desenvolvimento. Esta dinâmica poderá passar simplesmente pela vontade de ter uma propriedade rural na região (quer se planeie lá residir ou não) ou pela diversificação e dinamização de um negócio local já consolidado.

O aproveitamento de uma estrutura já existente (tanto ao nível físico como de recursos humanos) aparenta ser um fator crítico para o sucesso de um empreendimento de TER. Como foi possível verificar nos pontos anteriores os colaboradores representam o custo mais significativo para um alojamento deste género pelo que a residência dos promotores e proprietários do alojamento no local leva à otimização de custos. Esta realidade permite normalmente que os proprietários assumam também o papel de anfitriões bem como a gestão do espaço reduzindo, significativamente, os custos com recursos humanos.

Nesta fase é fundamental ter em conta que o alojamento é um negócio muito exigente sobretudo ao nível da disponibilidade e entender que os picos de maior procura se situam em fins de semana, feriados e épocas festivas. Tendo em conta esta

condicionante e o facto da maioria dos alojamentos deste género terem poucos colaboradores, é fundamental que todos os envolvidos sejam polyvalentes e tenham grande flexibilidade de horários.

5.1.2 Localização

Como foi possível verificar o Alto Alentejo apresenta uma multiplicidade de paisagens e recursos turísticos. Após uma análise mais profunda da região é possível constatar que existem concelhos mais propensos ao desenvolvimento turístico do que outros o que se deve sobretudo ao seu enquadramento e à capacidade que os seus recursos turísticos revelam para a captação de visitantes. O número total de dormidas em cada um dos concelhos e a sua expressão em algumas áreas é também revelador da afluência registada em cada zona do Alto Alentejo.

Desta forma foi possível identificar 3 zonas com especial relevância turística: O concelho de Elvas, onde se encontra a cidade património mundial da UNESCO e que registou 22% de todas as dormidas no Alto Alentejo em 2018; Os concelhos de Castelo de Vide, Marvão e Portalegre nos quais se insere a maioria do Parque Natural da Serra de S. Mamede e com uma considerável oferta ao nível do património monumental reunindo cerca de 31% das dormidas na região; Por último os concelhos de Ponte de Sor e Avis nos quais se encontram as barragens do Maranhão e de Montargil, muito apreciadas pelos praticantes de desportos náuticos e onde se registaram cerca de 23% das dormidas na região em 2018.

Não significa este raciocínio que apenas as áreas anteriormente enumeradas serão elegíveis para uma aposta no desenvolvimento de um TER, no entanto é possível concluir que serão as que se apresentam mais maduras no que toca ao desenvolvimento turístico o que poderá facilitar a implementação de um projeto desta natureza.

5.1.3 Público-alvo

Numa fase inicial de implementação de um projeto desta natureza é fundamental definir o perfil de visitante que se procurará atrair e para o qual se desenvolverá o empreendimento podendo-se conceber desta forma um espaço pensado para o público em questão tanto ao nível das áreas comuns como das unidades de alojamento.

Aquando do estudo do perfil de visitante do Alto Alentejo foi possível aferir que, entre outras características, viaja tendencialmente acompanhado e em lazer, é casado ou vive em união de facto e tem em entre 35 e 54 anos. Cruzando estas características é

possível entender que estamos perante famílias que procuram a região em busca do contacto com a natureza e o mundo rural.

Foi também possível aferir que a maioria dos visitantes é proveniente de Portugal e Espanha e têm um rendimento líquido mensal entre os 1001€ e os 2000€. Este perfil e nível de rendimentos dita que, apesar de ter condições para deixar a sua casa e viajar, a maioria dos visitantes do Alto Alentejo não aparenta ter condições para se alojar em locais particularmente caros ou luxuosos pelo que será também importante oferecer soluções de alojamento adequadas para acomodar uma família por um valor que a mesma possa comportar e que seja competitivo junto dos alojamentos concorrentes.

5.1.4 Desenvolvimento do conceito

Como foi possível verificar anteriormente o conceito de TER está já de certa forma balizado pela própria legislação. Deverá ser um alojamento profundamente ligado à região em que se insere respeitando a mesma tanto do ponto de vista da sua implementação como da sua operação utilizando materiais e produtos locais.

A integração é também muito importante do ponto de vista da sustentabilidade financeira do próprio negócio pelo que, caso se insira numa exploração agrícola a conexão aos produtos da mesma será sem dúvida uma mais valia. Deste modo, um TER inserido numa exploração com vinha e uma adega valorizar-se-á caso se foque no enoturismo, um alojamento inserido numa propriedade com áreas de olival poderá colocar a ênfase no azeite ou uma propriedade inserida num montado de sobro poderá utilizar a cortiça como elemento chave na sua construção e/ou decoração. Estes são só alguns exemplos de temáticas que poderão ser aplicadas num espaço deste género tornando-o de certa forma único e ajudando-o a destacar-se entre os seus pares.

5.1.5 Infraestrutura

A implementação de uma infraestrutura adequada é fundamental para o desenvolvimento de um negócio de sucesso. A forma como o espaço é concebido poderá limitar ou potenciar o desenvolvimento do mesmo. Este processo de desenvolvimento deverá ser feito com os olhos postos na operação procurando que a mesma possa vir a ser o mais eficiente possível e desta forma libertar recursos. Desde a disposição das áreas comuns à definição da decoração nas unidades de alojamento nada deve ser deixado ao acaso.

Apesar de poder estar muitas vezes inserido numa propriedade rural de grandes dimensões é importante que todas as áreas afetas à atividade turística estejam concentradas num espaço relativamente pequeno, preferencialmente murado e maioritariamente pavimentado. A proximidade permite uma otimização significativa de recursos sendo que desta forma se evita a necessidade de desenvolver redes (eletricidade, água, esgotos e comunicações e climatização) demasiado extensas e complexas. Também permite simplificar significativamente a limpeza e manutenção do espaço na medida em que encurta distâncias (e o tempo que se leva a percorrê-las). Murar e pavimentar esta zona tem também um efeito muito positivo no alojamento quer ao nível da segurança quer ao nível da limpeza e manutenção limitando assim o aparecimento de flora infestante.

Considera-se como áreas afetas à atividade turística as unidades de alojamento, zonas de estacionamento de automóveis, piscina e áreas exteriores (nas quais se deverá incluir um relvado), zona de receção, espaço multiusos, zonas técnicas e área privada destinada aos anfitriões.

Desta forma e sobretudo após analisar o perfil do visitante da região, que viaja na sua maioria acompanhado, considera-se que é fundamental desenvolver unidades de alojamento com capacidade para alojar uma família de, pelo menos, quatro pessoas. Para garantir um bom nível de conforto e privacidade considera-se ideal um espaço composto por quarto duplo ou twin e uma sala com sofás cama e uma casa de banho completa. Para conferir mais flexibilidade de utilização ao espaço considera-se uma mais valia que a sala tenha também uma kitchenette com todos os elementos essenciais para a confeção e serviço de refeições para os hóspedes da unidade. Uma pequena área exterior exclusiva para cada unidade de alojamento (com mesas, cadeiras e um pequeno grelhador) valorizará também o espaço.

Para uma melhor facilidade de comercialização das unidades de alojamento considera-se também que deverá ser feita uma aposta na uniformização das mesmas (devendo apenas ser personalizadas ao nível decorativo) sendo que, algumas das quais deverão ter comunicação entre elas para poder receber mais confortavelmente grupos de maiores dimensões.

Como foi possível verificar nos pontos anteriores a procura de alojamento no Alto Alentejo, como na maior parte do país, é bastante sazonal pelo que se torna fundamental para o alojamento que o mesmo disponha de um número de unidades de alojamento significativo podendo, desta forma, tirar partido dos picos de procura que surgem sobretudo nos meses do Verão, mas também em algumas ocasiões especiais como épocas

festivas e/ou eventos de grande impacto na região. É sobretudo nestes períodos que o alojamento deverá recolher proveitos que lhe permitam fazer face aos longos períodos de época baixa, com uma procura muito reduzida e com custos fixos aos quais deverá fazer face. Desta forma, e atendendo à taxa de ocupação da região bem como aos valores praticados e aos custos inerentes a um alojamento é possível concluir que para poder ter boas perspetivas de atingir a independência financeira o TER deverá contar, no mínimo, com dez unidades de alojamento familiares.

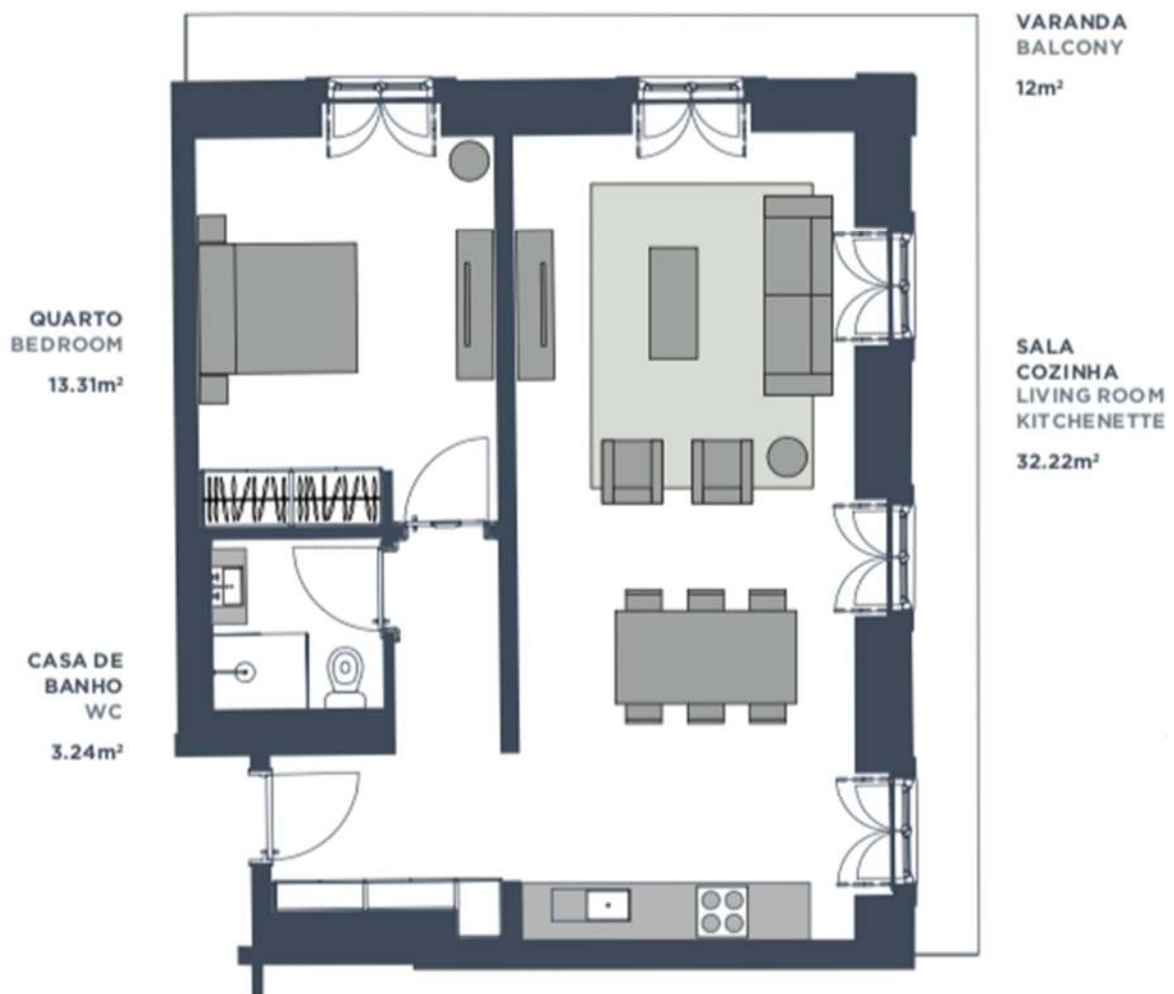


Figura 7 - Exemplo de unidade de alojamento de tipologia T1 / Fonte: www.designiovertical.pt

O TER deverá contar com uma zona de estacionamento preferencialmente pavimentada que proporcione um fácil acesso às unidades de alojamento e que providencie sombra às viaturas (sobretudo devido ao sol intenso que se faz sentir na

região nos meses de Verão). Deverão ser evitadas as árvores de folha caduca por questões de limpeza e manutenção do espaço.

A piscina deverá ser um ponto de vital importância sobretudo devido ao facto de ser tendencialmente o local mais procurado pelos visitantes do espaço durante a época balnear. Deverá localizar-se junto às demais áreas comuns, ligeiramente afastada das unidades de alojamento (por questões de ruído) e ter dimensões generosas e ajustadas à capacidade máxima do alojamento bem como cumprir todos os requisitos de segurança. Tão importante como a piscina em si será também a área que a rodeia que deverá ter sombras e espreguiçadeiras, chuveiro e casas de banho numa zona ampla que garanta espaço, privacidade e conforto a todos os hóspedes. Por forma a aumentar as possibilidades de utilização do espaço poderá também ser criada uma pequena zona de bar funcionando a mesma pontual ou sazonalmente. A possibilidade de preparar este espaço para que possa ser utilizado durante todo o ano (através de uma cobertura e um sistema de aquecimento de água) poderá ser uma forma de combater a sazonalidade do espaço. Esta deverá ser a área exterior por excelência do TER e incluir um relvado bem cuidado bem como alguns canteiros com flores, árvores e arbustos que contribuam para o embelezamento do espaço. Tendo em conta que é expectável a presença de crianças no local a criação de uma pequena zona de recreio (com um pequeno parque infantil) será também bastante apreciada pelas famílias.

É na receção que começa a experiência do hóspede pelo que este deverá ser um espaço agradável, acolhedor e bem enquadrado. Nesta zona poderá também funcionar uma pequena loja de produtos regionais como vinho, azeite ou peças de artesanato. É importante que a zona de receção tenha ligação direta ao escritório da propriedade (local mais reservado onde poderão ser tratadas todas as questões administrativas e financeiras relacionadas com o negócio).

O espaço multiusos deverá compreender uma sala de dimensões generosas e uma cozinha de utilização profissional que cumpra todos os requisitos para a preparação de refeições no âmbito das normas de higiene e segurança alimentar. Estas características permitirão servir todo o tipo de refeições bem como realizar pequenos eventos que, apesar de não serem por norma o principal negócio de um TER, poderão aumentar significativamente a procura fora das épocas altas permitindo receber grupos em ocasiões como casamentos, batizados, festas de aniversário, encontros de empresas ou comemorações de outro tipo. É importante ter em conta que, na maior parte das ocasiões

o espaço em questão não deverá ser utilizado por um grande número de pessoas pelo que será importante que a sua dimensão seja ajustável ao número de utilizadores do mesmo.

Dada a sua dimensão um empreendimento deste género deverá contar também com pequenas zonas técnicas que possam albergar equipamentos como quadros elétricos, cilindros de água quente, filtros e bombas de piscina, comandos de sistemas de rega entre outros. Estes deverão encontra-se num espaço de fácil acesso para que a equipa possa proceder com facilidade a qualquer operação relacionada com a limpeza ou manutenção. A sua localização também deverá ser pensada por forma a evitar perdas de eficiência nos sistemas. Também é importante criar um compartimento para armazenamento de todo o material relacionado com a limpeza e manutenção nomeadamente produtos de higiene, ferramentas e máquinas de manutenção de espaços verdes.

Como foi possível verificar anteriormente a presença do anfitrião (bem como da sua família) em permanência no local é de extrema importância para a valorização de um projeto desta natureza. Por outro lado, é também fundamental preservar a sua privacidade pelo que o desenvolvimento de um espaço independente permitirá uma relação equilibrada entre a dedicação ao projeto e o tempo em família (fundamental para o sucesso do empreendimento a longo prazo).

Tendo em conta que para implementar um TER será necessário fazer um investimento avultado (que muitas vezes inclui aquisição de terrenos, construção de edifícios e a compra de equipamentos muitas vezes caros) será fundamental perspetivá-lo para várias décadas. Desta forma deverão ser escolhidos materiais e equipamentos de elevada durabilidade. Deverá, por exemplo, ser evitada a utilização de madeiras em portas, janelas e outras estruturas exteriores substituindo por outros materiais de igual nobreza e de durabilidade superior (como os alumínio, e outros materiais largamente utilizados em construção civil). Eletrodomésticos e mobiliário quer sejam utilizados nas unidades de alojamento ou nas áreas comuns deverão ser também de boa qualidade e reforçados por forma a garantir a máxima durabilidade e robustez possível bem como o conforto para todos os utilizadores do espaço.

Devendo ser este tipo de alojamento muito ligado ao local em que se desenvolve é importante que a decoração o reflita. Deverá, no entanto, ser evitada a utilização de pequenas peças de elevado valor, sobretudo sentimental, visto que, tratando-se de um espaço aberto ao público, existirá sempre o risco de extravio dos mesmos.

A eficiência, sobretudo energética, deverá ser um fator a ter em conta no processo de implementação do projeto pelo que é importante apostar no isolamento térmico e

acústico dos espaços reduzindo os custos energéticos e aumentando o conforto dos hóspedes.

Atendendo às horas de sol da região e aos custos energéticos de um empreendimento deste género a instalação de painéis solares fotovoltaicos no espaço será sem dúvida uma mais valia sendo que se estima que este é um investimento que permite um retorno muito interessante.

A climatização é um fator crítico em qualquer alojamento quer por questões de conforto para os hóspedes quer pelos custos que poderá gerar em energia para o alojamento. Atendendo à amplitude térmica da região que, como foi possível verificar, oscila entre mínimas a rondar os 0º centígrados nos meses de Inverno e máximas que ultrapassam frequentemente os 40º nos meses de Verão (período em que se verifica também o pico de procura por parte dos visitantes na região) impõe-se a instalação de sistemas de ar-condicionado. Trata-se da opção mais confortável, fiável e eficaz de climatizar os espaços pelo que é também a mais utilizada nos alojamentos.

5.2 Operação

Numa fase inicial é fundamental entender o que esperar de uma operação de alojamento de pequena escala como é o caso de um TER bem como as expectativas dos clientes por forma a atingir e a sua satisfação. É por isso extremamente importante planear todos os serviços que se pretende oferecer dotando a estrutura ao nível de todos os recursos para o fazer.

5.2.1 Tarifas e gestão de reservas de alojamento

A prestação de serviços de um TER começa nas tarifas propostas pelo alojamento e na aceitação das mesmas através de reservas por parte dos potenciais clientes. As tarifas em alojamento são por norma definidas por um conjunto de fatores muitos deles externos.

A definição das tarifas deverá ter como ponto de partida os custos de preparação e utilização de uma unidade de alojamento. Considerando uma unidade T1 (quarto e sala com kitchenette, casa de banho privativa e pequena área exterior) estima-se que os custos inerentes à sua preparação e utilização rondem os 25€/noite (não incluindo qualquer refeição ou com eventuais comissões a canais de comercialização e reservas). Grande parte deste custo está diretamente relacionado com a limpeza da unidade e preparação de camas pelo que reduz substancialmente com o aumento das estadias. Atendendo ao facto de se ter também que libertar uma margem comercial que contribua para a limpeza e

manutenção de todo o espaço bem como para a amortização do investimento em toda a infraestrutura facilmente se conclui que não deverá ser proveitoso para um TER oferecer uma tarifa inferior a 60€/noite em regime de só alojamento por um apartamento T1 (ao contrário com o que acontece com algumas unidades hoteleiras de grande dimensão que veem os seus custos reduzidos devido aos elevado número de unidades de alojamento que disponibilizam).

O processo de definição de tarifas e condições de reserva deverá ter como principais objetivos obter a maior taxa de ocupação possível à tarifa mais elevada aceite no mercado. Também é fundamental ter em conta as características inerentes aos produtos turísticos nomeadamente o facto de o mesmo ser particularmente perecível. Uma noite não vendida não poderá ser, de forma alguma, recuperada e vendida noutra data.

Tendo em conta os custos com o alojamento, a procura da melhor taxa de ocupação, a busca pelo melhor valor e a perecibilidade do produto é importante analisar também a concorrência e procurar entender que preços se praticam no mercado para alojamentos com características semelhantes. Atualmente e através das inúmeras plataformas de reservas *online* os clientes conseguem encontrar informações de todas as opções disponíveis com bastante facilidade pelo que será necessário estar em linha com a realidade envolvente por forma a conseguir obter reservas. Como foi possível analisar no decorrer deste trabalho a maioria dos TER no Alto Alentejo comercializa as suas unidades de alojamento por valores que oscilam entre os 50€ e os 150€/noite. Estes valores variam conforme a dimensão das tipologias e a qualidade dos serviços prestados pelo alojamento. Após uma rápida análise considera-se que o valor mais adequado para uma unidade de alojamento T1 inserida num TER no Alto Alentejo deverá rondar os 100€/noite em regime de só alojamento. Este valor deverá ser adequado para fazer face aos custos associados, libertar margem de lucro para o negócio garantindo ao mesmo tempo que está em linha com as restantes ofertas no mercado permitindo desta forma a sua ocupação e a competitividade das tarifas.

No que diz respeito à gestão de reservas e oferta de serviços é importante ter em conta que o alojamento deste género apresenta uma realidade muito específica e, ao contrário de grandes hotéis, têm um número de colaboradores limitado que não permite a possibilidade de oferecer um serviço 24 horas, 7 dias por semana.

Estas limitações colocam alguns desafios muito particulares à gestão de reservas obrigando muitas vezes os alojamentos a ser criteriosos e restritivos. Deste modo os TER devem aplicar, de acordo com a procura verificada em determinada ocasião ou altura do

ano, uma política de estadias mínimas e, por vezes, dias obrigatórios de entrada ou saída no alojamento. Estas políticas ajudam a otimizar a utilização dos alojamentos, aumentando a sua taxa de ocupação reduzindo também o esforço despendido por todos os colaboradores na preparação das unidades de alojamento bem como na prestação de todos os serviços.

A problemática da duração de estadias também deverá ser tida em conta. Em muitos casos, aceitar uma curta estadia (reservas de apenas uma ou até duas noites) poderá ser bastante prejudicial para o negócio pois gerará custos de oportunidade significativos. Um bom exemplo de uma situação deste género será uma reserva apenas para uma noite de Sábado no mês de agosto (altura do ano em que, por norma, existe muita procura para estadias de 7 noites). Ao aceitar uma reserva nestes moldes o alojamento terá muita dificuldade em obter reservas para as noites de Sexta-Feira ou Domingo correndo um sério risco de perder a oportunidade de as ocupar bem como as restantes noites da semana.

Aplicar restrições será a melhor forma de evitar custos de oportunidade sendo que, no momento de o fazer, deverá ser tida em conta a procura que se regista no período em questão. A sazonalidade do interesse por alojamento no Alto Alentejo também deverá ser tida em conta havendo meses do ano em que existe bastante procura para estadias de 7 noites (sobretudo nas férias escolares de Verão), outros em que existe um número considerável de reservas para as 2 noites de fim de semana e ainda outros, sobretudo nos meses de Inverno e épocas baixas, em que a procura é residual e o alojamento não deverá ter qualquer custo de oportunidade em aceitar estadias de apenas uma noite.

5.2.2 Limpeza e manutenção do espaço

A limpeza e manutenção do espaço é, não raras vezes, uma das principais motivações para o investimento numa unidade de TER sendo também um dos fatores críticos de sucesso de um alojamento. Os hóspedes valorizam um espaço bem cuidado e, acima de tudo, impecavelmente limpo (sobretudo nas unidades de alojamento). Por este motivo um alojamento deverá dotar-se de recursos humanos para o fazer.

A sazonalidade do negócio coloca alguns desafios sobretudo à gestão da equipa e é imprescindível que todos os colaboradores de um espaço deste género estejam disponíveis para trabalhar aos feriados e fins de semana sobretudo nas datas em que se verifica um maior fluxo de visitantes.

As unidades de alojamento são o principal produto oferecido por um TER. Por este motivo, para além de deverem ser concebidas por forma a serem confortáveis e irem

encontro às necessidades de quem as procura deverão estar perfeitamente limpas e arrumadas à chegada dos hóspedes.

É imprescindível que camas, sofás-cama, berços ou camas extra estejam preparadas à chegada dos hóspedes devendo também ser providenciadas toalhas de banho e de rosto bem como *amenities* (por norma shampoos e sabonetes). Conforme a política dos alojamentos poderão também ser providenciados roupões de banho, chinelos de quarto descartáveis, cremes corporais, amaciadores de cabelo ou outros produtos.

Estima-se que, quando efetuada por 1 colaborador experiente e rotinado, a preparação de cada unidade de alojamento tarde cerca de 1 hora. Tendo em conta este cálculo será possível concluir que preparar 10 unidades de alojamento tardará cerca de 10 horas. Atendendo aos intervalos de tempo habituais entre check-in (16:00) e check-out (12:00) será importante alocar, pelo menos, 2 colaboradores esta tarefa sempre que todas as unidades de alojamento tenham de ser preparadas no mesmo dia. Por norma os colaboradores responsáveis pela preparação das unidades de alojamento deverão também assegurar a limpeza das áreas comuns do espaço e, em muitos casos, o serviço de lavandaria (roupas e toalhas) pelo que a necessidade de preparação de um número elevado de unidades de alojamento diariamente poderá provocar algumas dificuldades na gestão destes recursos bem como na atribuição de folgas. Esta questão vem reforçar a necessidade de aplicar restrições às reservas, impedindo deste modo estadias curtas.

As limpezas durante a estadia deverão ser feitas sempre que solicitado pelos hóspedes, no entanto, trata-se na maioria dos casos, de intervenções muito rápidas que não obrigam à troca de lençóis pelo que não representam um impacto significativo em termos de tempo aos colaboradores do alojamento.

A manutenção de espaços exteriores deverá ser também uma preocupação. Se numa fase de implementação do projeto se deverá pensar o espaço para que seja simples de manter (evitando as árvores de folha caduca, limitando os espaços verdes a alguns canteiros e pequenas zonas relvadas) será sempre necessária a intervenção de um colaborador para manter os canteiros cuidados, a relva cortada, controlar qualquer infestante que surja manter as paredes exteriores limpas e pintadas e, sobretudo, manter a piscina limpa controlando também a qualidade da água. Algumas destas tarefas, sobretudo as que deverão ser desempenhadas diariamente, poderão ser asseguradas pelos anfitriões com apoio pontual de serviços externos.

5.2.3 Comidas e bebidas

O facto de as unidades de alojamento deverem ser preferencialmente concebidas de forma a conferirem o máximo de autonomia aos utilizadores do espaço deve-se sobretudo a questões relacionadas com o reduzido número de hóspedes em épocas de menor procura. A disponibilização de uma kitchenette em todas as unidades de alojamento dispensa o TER da obrigação de providenciar refeições sobretudo nas épocas em que a ocupação esperada não é suficiente para permitir a viabilidade destes serviços.

O serviço de refeições é bastante apreciado por muitos clientes sobretudo os que têm maior poder de compra e é também o momento por excelência para dar a conhecer os produtos da região e aprofundar a ligação entre a equipa e os hóspedes ajudando desenvolver um ambiente familiar muitas vezes procurado e valorizado neste tipo de conceitos.

Por outro lado, o serviço de refeições acarreta consideráveis custos para o alojamento que vão muito para além dos produtos servidos na refeição. Estão sobretudo relacionados com os recursos humanos que deverão ser alocados a este serviço bem como todos os custos diretamente relacionados com a logística, confeção de refeições, climatização do espaço, limpeza do mesmo e todas as imposições legais para o fazer.

Perante esta situação e tendo em conta os custos e benefícios considera-se que um TER deverá procurar servir o pequeno-almoço apenas nas datas em que se espera alguma afluência ao espaço. Nestes períodos, e por forma a garantir uma boa afluência, deverá também incluir o serviço em todas as tarifas levando assim a que todos os hóspedes presentes no espaço o utilizem permitindo esta forma a viabilidade económica do mesmo. Devido à sua reduzida complexidade este serviço tende a não obrigar à contratação de recursos humanos exclusivamente dedicados podendo ser assegurado pelos anfitriões e/ou equipa responsável pela limpeza do espaço.

Por seu turno o serviço de almoços e jantares apresenta uma maior complexidade pelo que tal deverá ser ponderado tendo em conta alguns fatores nomeadamente os acessos ao alojamento bem como os restaurantes e localidades existentes nas imediações.

São várias as soluções possíveis para esta problemática e poderão passar pela abertura de um restaurante em permanência servindo também clientes externos (não alojados no TER). Este modelo passa pela procura da autonomia por parte do restaurante aumentando deste modo o número de refeições servidas diariamente permitindo o seu funcionamento sustentável dando ao alojamento a possibilidade de oferecer programas

com meia-pensão ou pensão completa a todos os hóspedes. O sucesso de uma solução deste género depende, no entanto dos acessos ao alojamento (que deverão ser rápidos e fáceis) bem como da proximidade a localidades sendo que neste caso a existência de uma concorrência forte na área da restauração deverá ser vista como uma ameaça. Será importante ter em conta que uma solução deste género obrigará à contratação de uma equipa (cozinha e sala) inteiramente dedicada ao restaurante.

O restaurante poderá também funcionar de forma sazonal abrindo apenas nos meses de maior procura. Para o sucesso de uma solução deste género é, no entanto, fundamental a inclusão de meia-pensão ou pensão completa em todas as reservas por forma a garantir um número elevado de refeições diárias. Esta solução poderá ter como vantagem o aumento do volume de negócios do TER bem como do nível de serviço prestado aos hóspedes por outro lado poderá também dificultar a comercialização das unidades de alojamento como resultado do aumento dos preços. À semelhança da primeira solução também a abertura sazonal do restaurante obriga à contratação de uma equipa inteiramente dedicada ao serviço de refeições.

Outra solução poderá passar pelo funcionamento pontual do restaurante para grupos e eventos. Neste caso poderá ser o serviço prestado pela equipa do alojamento ou com recurso a empresas de *catering* externas.

Também o serviço de bar poderá aumentar o conforto dos hóspedes do espaço nas áreas comuns. Por outra via, obriga à disponibilização de um colaborador durante todo o período de funcionamento do mesmo pelo que será necessário um número bastante elevado de utilizadores no espaço para viabilizar o seu funcionamento. Este serviço poderá ser providenciado pontual ou sazonalmente, no entanto e tendo em conta as reduzidas taxas de ocupação verificadas nos meses de menor procura, dificilmente poderá ser oferecido de forma permanente.

5.2.4 Serviços de animação turística

Mais do que alojamento e alimentação os turistas, sobretudo os que procuram regiões rurais, procuram cada vez mais experiências que permitam a ligação à região que visitam.

Como foi possível analisar a região do Alto Alentejo é reconhecida pela sua gastronomia pelo que a promoção de visitas relacionadas com produtos locais bem como provas dos mesmos são atividades com bastante aceitação. Nos alojamentos localizados em explorações agrícolas produtoras a sua importância ganha ainda mais peso

destacando-se o enoturismo, turismo relacionado com o vinho, um dos principais produtos da região.

Atendendo às características da região existem também várias possibilidades mais contemplativas que incluem passeios pedestres, de bicicleta ou a cavalo ou até, e sobretudo na zona da serra de S. Mamede, atividades ligadas à observação de aves.

Nas zonas junto às barragens de Montargil, Maranhão e Caia as atividades náuticas deverão ser a maior aposta e poderão também ser oferecidas visitas guiadas aos locais com património histórico-cultural de relevo como Marvão, Ammaia, Castelo de Vide, Portalegre e Elvas.

Na maioria dos casos os serviços de animação turística exigem uma significativa disponibilidade ao nível dos recursos humanos que deverão acompanhar os visitantes. Como foi possível verificar são poucas as empresas a trabalhar neste sector na região o que tem feito com que este seja um dos maiores desafios aos promotores de alojamento no Alto Alentejo. Para um maior sucesso dos projetos de TER caberá aos mesmos a promoção de sinergias junto dos agentes locais facilitando desta forma o surgimento e desenvolvimento de atividades diferenciadores que permitam uma fruição mais profunda do destino por parte dos visitantes.

Conclusões

Após a análise da região, do turismo e do TER bem como das particularidades inerentes a este negócio e das suas dinâmicas no Alto Alentejo surgem algumas conclusões que importa destacar.

Nos últimos anos a região do Alto Alentejo tem vindo a sofrer com o decréscimo e envelhecimento da sua população. Este fenómeno, também conhecido como desertificação, em muito tem limitado o desenvolvimento da região bem como a sua dinâmica empresarial e capacidade de geração de emprego para as populações.

Por seu turno o turismo tem demonstrado um forte e constante crescimento nos últimos anos tanto ao nível nacional como regional sobretudo no que diz respeito ao aumento da capacidade de alojamento e de dormidas proporcionando uma interessante oportunidade para a população do Alto Alentejo.

Apesar de a maioria dos turistas registados a nível nacional (cerca de 70%) serem estrangeiros esta tendência não se verifica no Alto Alentejo sendo a maioria dos visitantes provenientes de Portugal.

Apesar do crescimento turístico do Alto Alentejo a região ainda verifica uma procura bastante inferior à registada nos grandes centros turísticos nacionais como Lisboa, Algarve e Madeira não sendo possível prever uma convergência neste âmbito devido à capacidade limitada das próprias infraestruturas e recursos turísticos da região.

Pelas suas características o TER surge como uma alternativa muito interessante à hotelaria tradicional visto que propõe aos seus clientes uma experiência mais imersiva que vai de encontro às expectativas de um número crescente de turistas.

Este tipo de alojamento apresenta, no entanto, algumas limitações ao nível da sua sustentabilidade financeira provocados sobretudo pelo reduzido número de unidades de alojamento que impede os TER de tirar partido das épocas de maior procura. Os valores praticados pelos alojamentos na região, as taxas de ocupação médias anuais e a grande sazonalidade do negócio são, sem dúvida, os principais desafios.

A viabilidade financeira e o sucesso de um TER terá muito a beneficiar nos casos em que os proprietários do espaço residem no mesmo podendo desta forma ser simultaneamente anfitriões, assegurar a gestão corrente do espaço e ainda desempenhar várias tarefas limitando desta forma a necessidade de contratação de colaboradores. Trata-se de uma espécie de relação simbiótica em que os turistas poderão também beneficiar de

um ambiente familiar e de um acompanhamento durante toda ou a maior parte da sua estadia.

A implementação de um TER deverá ser feita de forma criteriosa com especial ênfase na eficiência e otimização de recursos sendo um dos principais objetivos do próprio a preservação e valorização do património a longo prazo. Por este motivo será fundamental definir um espaço fácil de limpar e manter escolhendo materiais e equipamentos robustos que possam garantir grande durabilidade.

A operação de um TER bem como os serviços prestados deverá ser vocacionada para o cliente recebendo-o de forma familiar e despretensiosa não deixando, no entanto, de garantir um serviço profissional, fiável e atento ao detalhe.

Um TER no alto Alentejo poderá ser um negócio proveitoso, no entanto deverá ser encarado não apenas do ponto de vista económico, mas também de preservação e valorização de património numa ótica de longo prazo.

Bibliografia

Balezentis, T. Krisciukaitienė, I. Balezentis, A, Garland, R (2012). Rural tourism development in Lithuania (2003-2010); A quantitative analysis. *Tourism Management Perspectives*, 2-3, 1-6

Boyer, M. (2000). *Histoire de l'Invention du Tourisme, XVI-XIX siècles*. Editions de l'Aube

¹ Cavaco, C. (1995). Rural tourism: The Creation of new tourist spaces. In A. Montanari & M. Williams (Eds), *European tourism; Regions, spaces and restructuring* (pp 127-149). Chichester: John Wiley and Sons

CIMAA – Comunidade Intermunicipal do Alto Alentejo (2020). www.cimaa.pt

Comissão Nacional da UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e Cultura). www.unescoportugal.mne.pt

CP. Comboios de Portugal. www.cp.pt

Cunha, L., Abrantes, A. (2019) *Introdução ao Turismo* (6ª edição atualizada). Lidel

Decreto-Lei nº256/86 – Diário da República 1ª série N.196 – 27 de Agosto de 1986

Decreto-Lei nº 54/2002 – Diário da República 1ª série A N°59 – 11 de Março de 2002

Decreto-Lei nº 39/2008 – Diário da República 1ª série N°48 – 7 de Março de 2008

Decreto-lei 206/2009 – Diário da República 1ª série N° 168 – 31 de Agosto de 2009

Decreto-Lei nº 228/2009 – Diário da República 1ª série N° 178 – 14 de Setembro de 2009

Decreto-Lei nº 15/2014 – Diário da República 1ª série N° 16 – 23 de Janeiro de 2014

Desígnio Vertical. www.designiovertical.pt

DGPJ. Direção Geral da Política de Justiça. dgpi.justica.gov.pt/

Europcar. www.europcar.pt

Fleicher, A. & Felsenstein, D. (2000). Support for rural tourism: Does it make a difference? *Annals of Tourism Research*, 27(4), 1007-1024

Google Maps. www.maps.google.com

Guerin. www.guerin.pt

ICNF – Instituto de Conservação da Natureza e das Florestas; www.icnf.pt.

IEFP – Instituto de Emprego e Formação Profissional. www.iefp.pt

INE – Instituto Nacional de Estatística. Inquérito à Permanência de Hóspedes na Hotelaria e Outros Alojamentos (atualizado a 18/09/2019)

INE – Instituto Nacional de Estatística. Estimativas Anuais da População Residente (atualizado a 14/06/2019)

INE – Instituto Nacional de Estatística. X, XII, XIV e XV Recenseamentos Gerais da População (atualizado a 26/06/2015)

INE – Instituto Nacional de Estatística. Sistema de Contas Integradas das Empresas (atualizado a 07/03/2019)

INE – Instituto Nacional de Estatística. Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos (atualizado a 24/01/2020)

INE - Estatísticas do Pessoal de Saúde

Infraestruturas de Portugal. www.infraestruturasdeportugal.pt

IPMA – Instituto Português do Mar e da Atmosfera. www.ipma.pt

Lei nº 33/2013 – Diário da República 1ª série N. 94 – 16 de Maio de 2013

Lane, B. – What is Rural Tourism? (1994). *Journal of Sustainable Tourism*.

Látková, P., Vogt, C. (2012). Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities. *Journal of Travel Research*, 51(1), 50-67

Milheiro, E. (coord.). 2013. *Observatório Regional de Turismo do Alentejo - Atividade 2: Sistema de Informação Geográfica da Oferta Turística da Área Regional do Alentejo. Relatório final*. Portalegre: Instituto Politécnico de Portalegre (não publicado).

Milheiro, E. Eusébio, C. Kastenholz, E. (2014). Turismo e desenvolvimento económico em territórios rurais: Uma revisão da literatura. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, N° 21/22, pp.133-145

Murdoch, J. (1993). Review of the economic impact of holiday villages for the UK Rural Development Commission. *Journal of Sustainable Tourism* 1 (2), 145

Naturtejo. www.naturtejo.com

OMT – Organização Mundial do Turismo (1999). *Conta Satélite do Turismo, Quadro Conceptual*. OMT, Madrid

OMT – Organização Mundial do Turismo (2019). *International Tourism Highlights*. OMT, Madrid

Rede Expressos. www.rede-expressos.pt

Rodoviária do Alentejo. www.rodalentejo.pt

Sado Rent. www.sadorent.pt

Su, B. (2011). Rural tourism in China. *Tourism Management*, 32. 1438-1441

TP – Turismo de Portugal. www.turismodeportugal.pt

TP – Turismo de Portugal (2007). *Plano Estratégico Nacional do Turismo*. Lisboa

TP – Turismo de Portugal. *Registo Nacional de Turismo*

Travel BI by Turismo de Portugal. www.travelbi.turismodeportugal.pt

Turismo do Alentejo ERT. www.visitalentejo.pt

Turismo do Alentejo ERT (2013). *Caracterização da procura turística - Alentejo*

UIOOT – União Internacional dos Organismos Oficiais do Turismo (1963). *La Conférence des Nations Unies sur le tourisme et les voyages internationaux*. UIOOT

UIOOT – União Internacional dos Organismos Oficiais do Turismo. (1973) *International Travel Statistics*. UIOOT.

X-Raid. www.xraidrentacar.com