



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

MESTRADO EM TURISMO

Ramo – Gestão Estratégica de Destinos Turísticos

Trabalho projeto

**Projeto “Casa da Terra” – Proposta de desenvolvimento de
um TER**

Inês Filipa Marques Ramos

Estoril, julho de 2020



MESTRADO EM TURISMO

Ramo – Gestão Estratégica de Destinos Turísticos

Trabalho projeto

Projeto “Casa da Terra” – Proposta de desenvolvimento de um TER

Inês Filipa Marques Ramos

Orientador: Professor Doutor Luís Boavida Portugal

Dissertação apresentada à Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril para a obtenção do
Grau de Mestre, tendo como Júri das Provas:

Professor Doutor Vitor Afonso Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril na qualidade
de Presidente do Júri

Professor Doutor João Ferreira do Rosário na qualidade de arguente

Professor Doutor Luís Boavida Portugal Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril na
qualidade de Orientador

Estoril, 15 de julho de 2020

Dedico esta dissertação aos meus pais e Henrique.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, ao Henrique e seus pais por toda a ajuda, por toda a paciência no decorrer do trabalho de projeto e por não me terem deixado desistir, mesmo quando era difícil.

Agradeço, também, aos meus tios avós Ana e António pela disponibilidade de informações e descrições relativas à casa.

Além disso, um agradecimento ao meu orientador Professor Doutor Luís Boavida Portugal por me ter ajudado ao longo do processo.

**PROJETO “CASA DA TERRA” – PROPOSTA DE
DESENVOLVIMENTO DE UM TER**

ÍNDICE GERAL

ÍNDICE

Agradecimentos	V
Índice geral	VI
Índice de figuras	IX
Índice de Tabelas.....	X
Glossário.....	XI
1 Introdução	1
1.1 Justificação do tema.....	1
1.2 Problemática da Investigação	2
1.3 Pergunta de partida e Objetivos	3
1.4 Estrutura do trabalho de projeto.....	3
2 Região Douro e Armamar	5
2.1 PENT – Pólo turístico Douro.....	5
2.2 Região Douro.....	6
2.2.1 Plano de Ação do Douro.....	11
2.2.2 Vale do Douro	12
2.2.3 Prémios.....	13
2.3 Localização do projeto.....	13
2.3.1 História	15
2.3.2 Plano Diretor Municipal de Armamar	16
2.4 Potencial turístico local.....	17
2.4.1 Eventos	19
3 Enquadramento Legal do projeto	20
3.1 Empreendimentos de Turismo no Espaço Rural.....	20
3.2 Casa de campo	20
3.3 Processo de licenciamento	25
3.3.1 Licenciamento de obras	25
3.3.2 Licenciamento de utilização	26
4 Descrição da casa de campo	29
4.1 Casa da Terra	30
4.2 Condições de exploração	31
4.2.1 Preços	32
5 Empresa de animação turística.....	33

5.1	Empresa de animação turística - Casa da Terra.....	38
5.1.1	Atividades de animação turística.....	39
5.1.2	Preços	41
6	Estudo de viabilidade económica.....	41
6.1	Financiamento.....	49
7	Estratégia de comercialização.....	50
7.1	Concorrência.....	50
7.2	Estudo de mercado.....	55
7.3	Análise SWOT.....	64
7.4	Promoção	66
7.4.1	Mercado-Alvo	68
8	Considerações finais.....	69
8.1	Principais conclusões.....	69
8.2	Limitações e dificuldades	70
8.3	Desenvolvimento futuro	70
	Referências bibliográficas.....	71
	Webgrafia.....	71
	Anexos	75
	Anexo I	75
	Anexo II.....	76
	Anexo III.....	77
	Anexo IV	77
	Anexo V.....	79
	Anexo VI	80
	Anexo VII.....	81
	Anexo VIII.....	83
	Anexo IX	83
	Anexo X.....	84
	Anexo XI	84
	Anexo XII.....	85
	Anexo XIII.....	86
	Anexo XIV	87
	Anexo XV.....	87

Anexo XVI	88
-----------------	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Posicionamento dos Produtos Turísticos	10
Figura 2 Localização do concelho de Armamar	14
Figura 3 Freguesias de Armamar	15
Figura 4 Mapa Turístico	19
Figura 5 Placa identificativa	28
Figura 6 Placa Casa da Terra	30
Figura 7 Terreno para atividades	40
Figura 8 Terreno para atividades	40
Figura 9 Casa da Fonte	50
Figura 10 Casa do Lagar	51
Figura 11 Gojim Casa Rural	51
Figura 12 Quinta dos Morangueiros	52
Figura 13 Quinta de Silvaes	52
Figura 14 Outros Tempos	53

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 Crescimento inteligente	7
Tabela 2 Crescimentos sustentável.....	8
Tabela 3 Indicadores de monitorização	10
Tabela 4 Eixos estratégicos	12
Tabela 5 Produtos principais a desenvolver	16
Tabela 6 Preços	33
Tabela 7 Preços atividades	41
Tabela 8 Preços médios	42
Tabela 9 Vendas previsionais para seis anos de projeto.....	43
Tabela 10 Fornecimentos e Serviços Externos (FSE)	45
Tabela 11 Gastos com pessoal.....	46
Tabela 12 Indicadores	47
Tabela 13 Avaliação do projeto pós financiamento	48
Tabela 14 Concorrência.....	54
Tabela 15 Viagem dos residentes em Portugal.....	55
Tabela 16 Dormidas dos residentes em Portugal.....	56
Tabela 17 Dormidas dos residentes em Portugal por meio de alojamento.....	56
Tabela 18 Dormidas dos residentes em Portugal por motivo	57
Tabela 19 Distribuição das viagens em Portugal.....	57
Tabela 20 Despesa média por viagem em Portugal.....	58
Tabela 21 Principais mercados emissores	59
Tabela 22 Dormidas em Portugal	59
Tabela 23 Sazonalidade	60
Tabela 24 Oferta em Portugal.....	60
Tabela 25 Número de estabelecimentos por NUTS II.....	61
Tabela 26 Número de camas, NUTS II	62
Tabela 27 Hóspedes por país de residência	62
Tabela 28 Dormidas por país de residência, NUTS II.....	62
Tabela 29 Proveitos, NUTS II	63
Tabela 30 Dormidas por residência, TOP 10	63
Tabela 31 Dormidas por alojamento turístico	64
Tabela 32 Análise SWOT.....	65
Tabela 33 Análise SWOT.....	66

GLOSSÁRIO

EIDTRD | Estratégia Integrada de Desenvolvimento da Região do Douro

FSE | Fornecimentos e Serviços Externos

IAPMEI | Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação

INE | Instituto Nacional de Estatística

INPI | Instituto Nacional da Propriedade Industrial

IVA | Imposto sobre o Valor Acrescentado

N.D. | Não Disponível

PDMA | Plano Diretor Municipal de Armamar

PENT | Plano Estratégico Nacional de Turismo

RNAAT | Registo Nacional de Agentes de Animação Turística

RNAAT | Registo Nacional dos Agentes de Animação Turística

RNET | Registo Nacional de Empreendimentos Turísticos

RNT | Registo Nacional de Turismo

SWOT | Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats

TER | Turismo em Espaço Rural

TH | Turismo de Habitação

UNESCO | United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

VAL | Valor Atual Líquido

1 INTRODUÇÃO

1.1 JUSTIFICAÇÃO DO TEMA

Este trabalho de projeto, *a abertura de uma casa de campo em Armamar- «A Casa da Terra»*, começa por ter em conta a oportunidade de aproveitar o potencial de se situar na região do Douro, que o Plano Estratégico Nacional de Turismo (PENT) considera como polo turístico, realçando os seus recursos, características e capacidade de crescimento. O projeto também tem como enquadramento e justificação a obtenção do grau de mestre em Turismo, no ramo de Gestão Estratégica de Destinos Turísticos.

Assim, o Douro através da gastronomia e vinhos, nomeadamente o “Vinho do Porto” (componente forte de promoção do país no estrangeiro), o rio Douro, as vinhas, aldeias vinhateiras, o património natural e arqueológico e a cultura local, destaca-se enquanto elemento estratégico para Portugal. Identificam-se os seguintes produtos turísticos:

- Turismo fluvial;
- Enoturismo;
- Gastronomia e vinhos;
- Turismo histórico-cultural;
- Turismo de natureza;
- Turismo de náutica de recreio;
- Turismo de saúde e bem-estar.

Destacam-se, ainda, as duas classificações atribuídas pela UNESCO, ao Alto Douro Vinhateiro e ao Sítio Arqueológico do Vale do Côa que são um ponto forte, também, à promoção da região, evidenciando a sua autenticidade. O turismo no Douro é maioritariamente nacional, conforme está descrito no capítulo seguinte (Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial da Região do Douro (2014-2020) 2015).

A “Casa da Terra” é um projeto que consiste em elaborar um empreendimento de turismo em espaço rural (TER), direcionado para uma casa de campo. Localizada no distrito de Viseu, concelho de Armamar, a aldeia de Passos possui características que permitem a inclusão de uma unidade de alojamento, como o que está a ser enunciado. Neste sentido, um empreendimento TER na região aproveita o potencial e os recursos locais e conduz, não só a maior empregabilidade, mas, também, a maior receita económica (relativamente, por exemplo a alojamento, restaurantes, passeios e artesanato), a mais pessoas na localidade, permitindo a inclusão da comunidade local.

O desenvolvimento do Douro justifica o interesse para desenvolver um projeto de empreendimento turístico, que não é só mais um que se acrescenta à região, mas que representa uma oferta diferenciada.

Quando hospedados neste empreendimento turístico, a diferenciação na oferta consiste na possibilidade de praticar determinadas atividades agrícolas da região, por exemplo: *vindimar* e participar numa *lagarada* (a colheita e o pisar das uvas); a “apanha” da maçã, das cerejas e das castanhas. São estas atividades destinadas também ao público não hospedado no empreendimento.

Este projeto de casa de campo, “A Casa da Terra”, também tem a valência de ser uma opção de alojamento para turistas que queiram visitar a região do Douro e restantes localidades, aproveitando o que cada uma tem para oferecer. A “Casa da Terra” detém características determinantes para o seu sucesso e torna-se uma mais-valia tanto para a aldeia onde fica inserida, como para os outros intervenientes (restaurantes, entre outros), sendo, então, necessária a promoção da cooperação e colaboração de todos os setores e agentes.

Em resumo, a pertinência do projeto surge da importância que o Douro representa, a região que tem maior capacidade de desenvolvimento, e pretende-se que os turistas e os hóspedes da casa de campo, “A Casa da Terra”, desfrutem da autenticidade, tanto do Douro, como da aldeia de Passos, onde irão conviver com a comunidade local. Os hóspedes podem visitar os locais mais emblemáticos e com mais movimento, mas quando alojados na “Casa da Terra” podem apreciar o sossego da aldeia.

1.2 PROBLEMÁTICA DA INVESTIGAÇÃO

Este trabalho é a simulação das tarefas reais necessárias à construção e realização da “Casa da Terra”, casa de campo, empreendimento de Turismo no Espaço Rural.

Assim, para a elaboração do trabalho de projeto, é necessário simular e descrever as tarefas reais envolvidas na implementação e abertura de uma casa de campo, tais como, identificar as alterações a fazer para ser um empreendimento de turismo em espaço rural, verificando a legislação em vigor, determinar o investimento necessário e os apoios financeiros disponíveis e criar complementaridades locais.

1.3 PERGUNTA DE PARTIDA E OBJETIVOS

A pergunta de partida deste projeto é a seguinte:

- Será viável a criação e gestão de uma casa de campo, “A Casa da Terra”, na região do Douro?

Deste modo, o projeto descreve as várias etapas envolvidas na implementação e gestão de “A Casa da Terra” para nas notas finais aferir da sua viabilidade financeira e possibilidade de atrair clientes.

Este trabalho de projeto tem como objetivos gerais implementar a casa de campo e avaliar as possibilidades de sucesso quanto à sua viabilidade financeira, bem como a sua atratividade turística.

São, ainda, identificados os seguintes objetivos específicos:

- Reconhecer oportunidades de mercado/negócio;
- Identificar os recursos necessários;
- Identificar oferta e procura;
- Elaborar complementaridades locais;
- Reconhecer a estratégia a implementar;
- Identificar a concorrência.

1.4 ESTRUTURA DO TRABALHO DE PROJETO

O presente trabalho de projeto encontra-se estruturado em sete capítulos. O primeiro capítulo descreve, inicialmente, a região do Douro com as suas mais valias e capacidade de crescimento futuro e, depois, Armamar (local onde será implementado o projeto) com o que é pretendido fazer para dinamizar o concelho e locais de interesse, que merecem ser visitados por quem lá pernoitar. O segundo capítulo indica os parâmetros legais acerca da casa de campo (o que é exigido) e o processo de licenciamento para as obras do espaço e para, após as obras, a sua abertura. No terceiro capítulo descreve-se a casa de campo com as suas comodidades e especificidades e as suas condições de exploração e de venda. O quarto capítulo corresponde à empresa de animação turística, primeiramente com a parte legal acerca do que é imposto para a sua concretização, depois com explicação da sua abertura e atividades a implementar. O quinto capítulo apresenta o estudo de viabilidade económica, onde são apresentadas tabelas que indicam os preços

pretendidos a praticar e os possíveis ganhos, custos e retorno. O sexto capítulo elabora um levantamento do estudo de mercado, identificando o mercado-alvo, estratégia de promoção para atrair o mercado-alvo e análise SWOT. Por último, o sétimo capítulo, apresenta as notas conclusivas do trabalho de projeto, limitações encontradas e o desenvolvimento futuro.

2 REGIÃO DOURO E ARMAMAR

Neste capítulo descreve-se os aspetos referentes ao potencial da região Douro, iniciando-se com o PENT, identificando os recursos e produtos turísticos, e acerca de Armamar, local onde será implementado o trabalho de projeto.

2.1 PENT – PÓLO TURÍSTICO DOURO

Entre os seis pólos turísticos identificados pelo PENT, em 2007, encontra-se o Douro, que se enquadra na região Norte.

Segundo o PENT, a região Norte apresenta como principais recursos:

- Rio Douro;
- Alto Douro Vinhateiro;
- Património arqueológico de Foz Côa;
- Cidade do Porto;
- Caves do Vinho do Porto;
- Cidades históricas;
- Parques naturais;
- Gastronomia e vinhos.

Da região Norte destacam-se as vinhas do Douro, o Vinho do Porto, a história e natureza locais e a gastronomia e vinhos, enquanto elementos diferenciadores que determinam a proposta de valor. Os objetivos estabelecidos pretendem aumentar o turismo nacional e internacional, aumentar a taxa de ocupação através dos vários produtos turísticos para o turismo no Porto crescer, desenvolver o Douro e protegê-lo e apostar no turismo de negócios de maneira a reduzir a sazonalidade no Porto.

Os produtos turísticos *City Break*, *Touring* e Turismo de Natureza são os que se consideram com maior crescimento a curto prazo. No entanto pretende-se, ainda, desenvolver o Turismo de Negócios, o Turismo de Saúde e Bem-estar e a Gastronomia e Vinhos.

De forma a dinamizar a região Norte, o PENT propõe o desenvolvimento de rotas temáticas, o desenvolvimento do Douro e da gastronomia e vinhos e a intensificação da oferta hoteleira no Douro.

O PENT pretende que o turismo na região Douro cresça em quantidade e valor. Assim, reconhecem-se como principais elementos diferenciadores no pólo turístico Douro:

- Gastronomia e vinhos (Vinho do Porto);
- Rio Douro e vinhas;
- Aldeias vinhateiras;
- Patrimónios natural e arqueológico;
- Cultura local;
- *Cross-selling* com o Porto.

Considera-se como objetivo tornar o Douro um destino de eleição internacional.

2.2 REGIÃO DOURO

O Douro é considerado um elemento estratégico para Portugal. Assim, torna-se uma região turística a promover, pois conta com diversos fatores distintivos, tais como, o Vinho do Porto (incluído na gastronomia e vinhos), o rio Douro juntamente com as vinhas, as aldeias vinhateiras e o património natural e arqueológico e a cultura local. Existem, então, preferencialmente, três produtos turísticos em desenvolvimento, como o *touring* (inclui cruzeiros fluviais), a gastronomia e os vinhos e o turismo de natureza.

A “Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial da Região do Douro 2014-2020” (EIDTRD) apresenta um inquérito feito, pelo Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo, que mostra os dados seguintes. Revela que o enoturismo é um produto turístico importante do Douro, visto que 37% dos operadores turísticos estrangeiros asseguram que o vinho é um forte elemento de promoção do país no estrangeiro e 31% afirmam que o vinho está associado ao turismo nacional. O Douro apresenta-se como a segunda região do Norte com o maior nível de sazonalidade, ocorrendo 40% das dormidas entre os meses de julho e setembro e a menor média de permanência de hóspedes estrangeiros (1,8 dias). A taxa de ocupação de 24% é a mais baixa comparativamente ao Norte (31%) e Portugal (40%). Os hotéis predominam na oferta de estabelecimentos hoteleiros com 56%. A procura turística pelo Douro é maioritariamente por parte do mercado nacional.

Na análise SWOT alusiva ao “Crescimento inteligente”, elaborada pela EIDTRD, destacam-se:

ANÁLISE INTERNA	
Pontos Fortes	Pontos Fracos
Atração aos investimentos agroindustriais e turismo.	Falta de colaboração entre o turismo fluvial e o seu envolvente.
ANÁLISE EXTERNA	
Oportunidades	Ameaças
Crescimento turístico do Douro para promover o destino e os seus produtos; Promoção da marca “Douro” enquanto destino e território de excelência devido aos seus produtos; Crescimento da procura por destinos e produtos idênticos aos do Douro pelo mercado internacional pode levar mais turistas a optar pelo norte do país.	Concorrência do mercado internacional relativamente ao vinho; Supressão de determinados troços ferroviários.

Tabela 1 Crescimento inteligente

Fonte: Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial da Região do Douro (2014-2020), em elaboração própria

Para um crescimento sustentável desenvolveu-se uma análise SWOT (EIDTRD):

ANÁLISE INTERNA	
Pontos Fortes	Pontos Fracos
Os canais ferroviário e fluvial para o turismo e a visitação; Proximidade do Aeroporto Francisco Sá Carneiro; Duas classificações da UNESCO; O vasto património cultural e arquitetónico;	A falta de um esquema de sinalética turística; A ausência de um guia turístico que englobe a região Douro com os locais que estão envolventes.
ANÁLISE EXTERNA	
Oportunidades	Ameaças
Variados planos e instrumentos para dinamizar e proteger toda a região.	Supressão de determinados troços ferroviários.

Tabela 2 Crescimentos sustentável

Fonte: Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial da Região do Douro (2014-2020), em elaboração própria

A visão estabelecida para o Douro no Horizonte 2020, conforme referido pela Estratégia de Desenvolvimento da Região do Douro 2014-2020 (2015),

A Região do Douro, um território com forte matriz Identitária, Inteligente, Inclusivo e Integrado, que promove e reforça a sua cultura e tradições, uma viticultura *terroir*, a competitividade e a coesão económica e social e se afirma, cada vez mais, como região de referência pela valorização dos seus produtos endógenos e ofertas turísticas, à escala nacional e internacional, e por uma governação de concertação e cooperação interinstitucional.

Para isso, um dos vetores de um dos eixos estratégicos (respetivo ao conhecimento, competitividade e inovação) passa, por exemplo, por assegurar o turismo e a visitação e garantir a proteção do ambiente, paisagem e património. Este eixo estratégico tem como objetivos:

- Desenvolver a região do Douro através do turismo, progredindo os níveis de vida da população;
- Consolidar da região enquanto destino turístico promovendo sobretudo o vinho, a vinha e a paisagem;

- Aumentar as estadas médias, as taxas de ocupação, reduzir a sazonalidade e gerar maior valor acrescentado aos produtos turísticos e preservar o património natural e cultural, importante para o turismo.

Definiram-se apostas/desafios estratégicos, de acordo com a região, que passam por reduzir as assimetrias sociais e territoriais, qualificar os recursos humanos, promover as parcerias e a conexão interna e externa da região e pela qualificação, diferenciação e dinamização da oferta turística com o objetivo de fortalecer e beneficiar a imagem do Douro.

A aposta turística pretende trabalhar vincadamente os produtos turísticos com maior capacidade, investir nos segmentos que evidenciam maior viabilidade económica, cooperar com as restantes entidades e criar redes e desenvolver métodos que sustentem o turismo.

Encontram-se como principais recursos turísticos da região o rio Douro, vinho, vinha e paisagem, património natural e cultural. Nos três segmentos seguintes encontram-se os vários produtos turísticos:

- O estruturante que engloba o turismo fluvial, enoturismo, gastronomia e vinhos;
- O expansionista do qual fazem parte o turismo histórico-cultural e de natureza;
- O complementar que contempla o turismo de náutica de recreio e de saúde e bem-estar.

Considera-se essencial desenvolver novos produtos turísticos e reinventar os existentes, para que se criem redes que juntem rotas, itinerários com recursos e atividades, proporcionando programações para diferentes público-alvo e conforme as durações da estada. O objetivo é oferecer diversidade, singularidade e autenticidade a quem passa férias no Douro de forma a aumentar o tempo de estada e a ocupação turística, a diminuir a sazonalidade, a gerar maior valor acrescentado, a fidelizar o mercado nacional e a receber cada vez mais turistas internacionais.

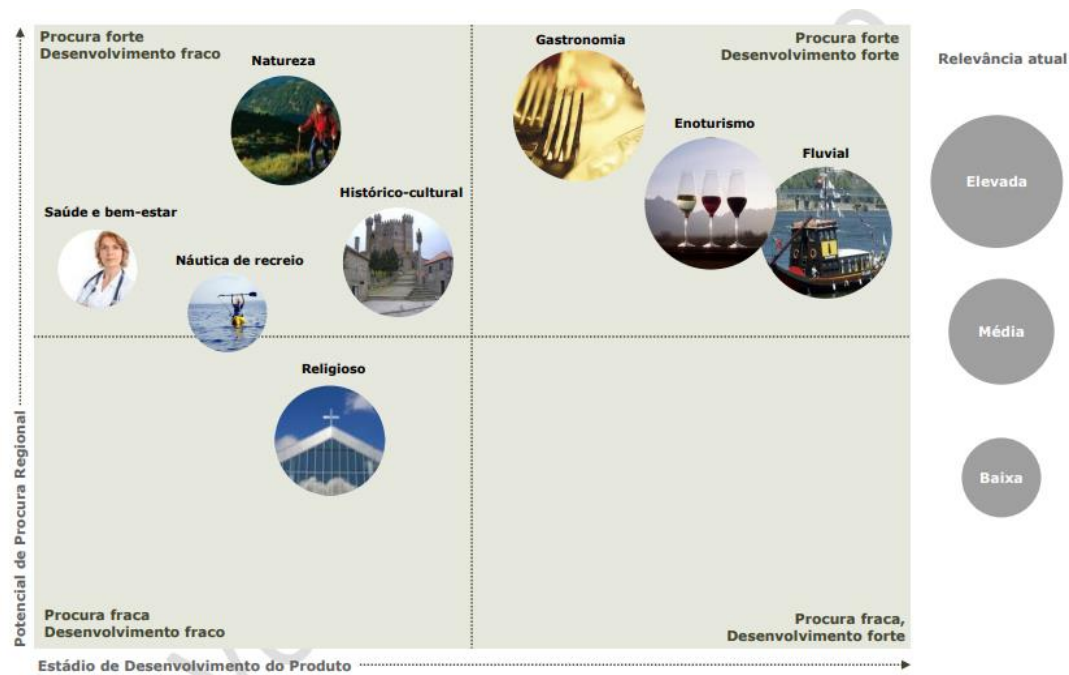


Figura 1 - Posicionamento dos Produtos Turísticos

Fonte: Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial da Região do Douro (2014-2020)

A figura 1 descreve o posicionamento dos produtos turísticos.

Indicadores de monitorização	Portugal	Norte	Douro	Metas
Dormidas em estabelecimentos hoteleiros variação 2002-2012	17,4%	50,8%	-13,2%	Reforçar a atratividade turística regional, aumentando o ritmo de crescimento do número de dormidas que permita acompanhar a região Norte
Capacidade de Alojamento variação 2002-2012	32,9%	45,1%	-1,6%	
Sazonalidade 2012	39,7%	35,5%	40,1%	
Estada média 2012	3,5	2,1	1,8	
Proporção de estrangeiros 2012	55,5%	39,5%	17,3%	
Dormidas em estabelecimentos hoteleiros por 100 habitantes 2012	378,4	123,9	95,1	
Hóspedes por 100 habitantes 2012	130	70	60	
Taxa de ocupação-cama (líquida) 2012	39,5%	31,0%	23,7%	

Tabela 3 Indicadores de monitorização

Fonte: Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial da Região do Douro (2014-2020)

A tabela 3 corresponde aos indicadores de monitorização da estratégia regional, correspondente ao turismo, até ao ano de 2020 e indica a meta definida a atingir.

2.2.1 Plano de Ação do Douro

O plano de ação, que consta na “Estratégia de Desenvolvimento da Região do Douro 2014-2020”, para operacionalizar a estratégia de desenvolvimento integrado do Douro está dividido por nove patamares, sendo estes constituídos por projetos e ações para combater as fragilidades identificadas. O patamar sete corresponde à qualificação, diferenciação e promoção do turismo e apresenta três ações, conforme refere EIDTRD:

- “Promoção da competitividade do setor do turismo pela qualificação e diferenciação da oferta e capacitação dos agentes” e tem como objetivo diferenciar e qualificar o turismo no Douro, afirmando a região enquanto destino turístico (2015);
- “Valorização e promoção dos bens naturais e histórico-culturais para fins turísticos” que significa valorizar economicamente o Douro através do turismo, envolvendo a reabilitação, a promoção e o desenvolvimento dos bens naturais e histórico-culturais (2015);
- “Desenvolvimento de condições de navegabilidade fluvial” destinada ao rio Douro, afluentes e a outros rios que estejam inseridos na região e pretende valorizar a paisagem dos rios existentes, melhorando, por exemplo, o cais de embarque/desembarque e de tudo o que seja envolvente para fins turísticos (2015).

Contributos dos patamares para o desenvolvimento para a concretização dos eixos estratégicos da estratégia Douro 2020		Eixos estratégicos – Douro 2020						
		Eixo 1. Competitividade, conhecimento e inovação		Eixo 2. Sustentabilidade territorial			Eixo 3. Inclusão e coesão social	Eixo 4. Redes territoriais e governação
		Vetor 1.1. Desenvolvimento do setor agroalimentar e de outras fileiras produtivas de base endógena	Vetor 1.2. Afirmção do turismo e da visitação	Vetor 2.1. Proteção do ambiente e paisagem e valorização do património	Vetor 2.2. Desenvolvimento e revitalização urbana	Vetor 2.3. Promoção da eficiência dos recursos energéticos		
Patamares para o Desenvolvimento do Douro	PD.1. Pacto para a qualificação e empregabilidade							
	PD.2. Plataforma de conectividade territorial para as pessoas, comunidades e empresas							
	PD.3. Rede de eficiência energética e energias renováveis							
	PD.4. Plataforma de compromisso para um Douro Património Mundial Sustentável							
	PD.5. Rede para uma região inclusiva e empreendedora							
	PD.6. Plataforma regional de conhecimento e inovação para a fileira agroalimentar							
	PD.7. Pacto para a qualificação, diferenciação e promoção da fileira turística							
	PD.8. Promoção e reconhecimento de práticas de mérito							
	PD.9. Rede para a modernização e qualificação administrativa							
Grau de articulação muito forte		Grau de articulação Forte			Grau de articulação média			

Tabela 4 Eixos estratégicos

Fonte: Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial da Região do Douro (2014-2020)

Apresenta-se, na tabela 4, o contributo de cada patamar para os eixos estratégicos definidos e para se concretizar a estratégia Douro 2020.

2.2.2 Vale do Douro

De acordo com o *website* Câmara Municipal de Armamar, na secção corresponde ao Douro, este concelho corresponde ao que tem mais quilómetros de fronteira com o leito do rio Douro.

O Alto Douro Vinhateiro é, desde 2001, património mundial. A UNESCO realça o facto de ser produzido vinho há mais de 2 000 anos, nomeadamente, o “Vinho do Porto”. Considera-se a mais antiga região vinícola do mundo com 24 600 hectares.

A Câmara Municipal de Armamar descreve que na primavera as vinhas começam a nascer e a crescer, depois de no inverno terem ficado a repousar, o que proporciona um panorama distinto, pois o Vale do Douro é acentuado e quando observado de miradouros e de pontos estratégicos, distingue-se do restante país através da inclinação das encostas com as paisagens verdes das videiras e da construção dos socalcos. Enquanto, no outono, acontecem as vindimas e a partir daí, a paisagem descrita é trocada por encostas de cores vermelhas e castanhas, que é relativo ao período de descanso que se inicia.

O “Visit Portugal” revela que a paisagem pode ser usufruída através de um passeio de barco, ou carro ou, até mesmo, de comboio. Durante o passeio é possível visitar as vinhas, as aldeias e as caves do vinho do Porto. O “Museu do Douro”, no Peso da Régua, apresenta a cultura do vinho e a região. Na estação ferroviária do Pinhão encontram-se azulejos relativos à cultura da vinha. O “Parque Natural do Douro Internacional” abrange a área ao longo do vale do Douro junto à fronteira.

A EIDTRD destaca o solo de xisto, a disposição das terras de forma a receber a luz solar e o microclima existente. A escavação provocada pelo rio e a modificação do Homem deram origem àquela paisagem e à plantação do vinho, da oliveira e da amendoeira. As características do Vale do Douro permitem que se pratique a agricultura para que se chegue ao vinho do Porto.

O Sítio Arqueológico do Vale do Côa é, também, património mundial da UNESCO desde o ano de 1998. Considera-se uma das regiões mais importantes do mundo, no que respeita à arte rupestre paleolítica de ar livre, com 256 locais arqueológicos e 31 sítios que contam com gravuras em pedras em 200 km².

2.2.3 Prémios

A Organização Mundial de Turismo elegeu, em 2008, o Vale do Douro como destino de excelência, fazendo parte de uma das setenta e sete maravilhas da natureza do mundo.

No ano de 2009 ficou na 16.º posição enquanto destino mundial para o turismo sustentável.

O Porto foi eleito o melhor destino europeu em 2012, 2014 e 2017.

2.3 LOCALIZAÇÃO DO PROJETO

Armamar é um concelho da província da Beira Alta, do distrito de Viseu, região Norte e sub-região do Douro (figura 2), que engloba as freguesias de Aldeias, Armamar, Cimbres,

Folgosa, Fontelo, Queimada, Queimadela, Santa Cruz, São Cosmado, São Martinho das Chãs e Vacalar, também, das uniões de freguesias de Arícera e Goujoim, São Romão e Santiago e Vila Seca e Santo Adrião (figura 3 que se apresenta ainda sem as uniões das freguesias).

No ano de 2011 contava com 62.297 habitantes e uma área de 117.24 km². O concelho encontra-se limitado a Norte por Peso da Régua e Sabrosa, a Leste por Tabuaço, a Sudeste por Moimenta da Beira, a Sudoeste por Tarouca e a Oeste por Lamego. Na união das freguesias de São Romão e Santiago localiza-se a aldeia de Passos (onde será desenvolvido o projeto). Em 2011 as freguesias tinham 306 habitantes.

Reconhece-se Armamar como capital da maçã de montanha, no entanto produz também vinhos do Douro e Porto, queijos, fumeiros e enchidos. Quanto às serras existentes destacam-se as de São Domingos com 735 m, da Piedade com 906 m e a do Fundo da Vila com 751 m.



Figura 2 Localização do concelho de Armamar

Fonte: <https://populacaodistritodeviseu.jimdo.com>



Figura 3 Freguesias de Armamar

Fonte: <https://populacaodistritodeviseu.jimdo.com>

2.3.1 História

O povoamento de Armamar (antigamente de nome Ermemar) inicia-se na época leonesa-portugalense, correspondendo aos séculos IX e XII. No entanto, no século XII ocorrem as lutas entre árabes e cristãos que levam à deslocação da população para Lamego, posteriormente Armamar volta a ser povoado por D. Afonso Henriques. No ano de 1194 recebe foral por parte de D. Sancho I, porém em maio de 1514 recebeu novo foral de D. Manuel I. A 24 de outubro de 1855 torna-se cabeça de comarca.

O território detém séculos de história, desde sinais da pré-história, passando pelo neolítico até à romanização.

Durante a Idade Média, o atual território de Armamar estava integrado numa circunscrição administrativa civil, denominado de território “Timillupus”. A área iria desde um local de nome “Bagaúste”, atual freguesia de Parada do Bispo e município de Lamego, abrangendo as freguesias de Armamar, Aricera, Coura, Folgosa, Fontelo, Queimada, Queimadela, São Romão, Tões, Vila Seca e Santiago, do concelho de Armamar.

2.3.2 Plano Diretor Municipal de Armamar

O PDMA elabora um breve enquadramento acerca do PENT da região Norte.

Os objetivos definidos pelo PDMA têm em consideração dois pressupostos:

- As variáveis macroeconómicas dos mercados emissores;
- O aumento da ocupação turística auxiliando a melhorar as receitas turísticas de Portugal.

Para alcançar os objetivos criaram-se várias linhas de desenvolvimento estratégico, tais como:

- O investimento em produtos, mercados emissores e destinos;
- A formação dos recursos humanos no atendimento, serviço, gestão, empreendedorismo e desenvolvimento de negócio;
- O apoio financeiro às empresas turísticas, incluindo empresas de animação turística, pois estas contribuem com serviços que complementam a oferta;
- O fortalecimento das acessibilidades com as regiões circundantes consoante o seu potencial turístico e mercado emissor;
- A organização administrativa.

Estratégia Produtos	Consolidado	Desenvolvimento	Complementar	Emergente	Sem expressão
Sol e mar					✓
Turismo de saúde	✓		✓	✓	
Estadias de curta duração em cidade		✓			
Circuitos turísticos religiosos e culturais	✓				
Gastronomia e vinhos			✓		
Turismo de natureza		✓			
Golfe			✓		
Turismo náutico				✓	
Turismo de negócios		✓			
Turismo residencial					✓

Tabela 5 Produtos principais a desenvolver

Fonte: Câmara Municipal de Armamar em PENT

A tabela 5 corresponde aos produtos estratégicos que se devem afirmar, segundo o PENT, porém a Câmara Municipal de Armamar destaca, também.

O concelho de Armamar traçou, no seu programa de ação, contido no PDMA, a estratégia geral, o objetivo específico, os eixos estratégicos e as ações de forma a impulsionar o turismo. Nesse sentido, a estratégia geral tenciona desenvolver atividades económicas e fixar a população.

O objetivo específico remete à dinamização do turismo. Assim, consideram-se os seguintes eixos estratégicos:

- Promoção da oferta e intensificação dos recursos turísticos;
- Desenvolvimento de atividades turísticas complementares.

Para complementar os eixos estratégicos definiram-se as ações seguintes:

- Oferta de alojamento de qualidade;
- O desenvolvimento de rotas turísticas temáticas;
- A integração em rotas gastronómicas, nomeadamente, na da maçã e na do vinho;
- A promoção de atividades rurais, do património, cultura, gastronomia e artesanato.

2.4 POTENCIAL TURÍSTICO LOCAL

O potencial turístico local identifica os locais de interesse, que devem ser visitados, em Armamar e em municípios próximos, como Lamego, Peso da Régua e Pinhão. Constam, também, os principais eventos a visitar e participar.

A estância arqueológica de “O Castro de Goujoim” é local de visita obrigatória dado que, em 2013, foi considerada “Sítio de Interesse Público”, estando localizada numa eminência rochosa sobre Goujoim a 820 metros de altitude. No local encontram-se restos de muralhas em bom estado de conservação e, ainda, ruínas de uma torre de vigia, pois acredita-se que terá sido a entrada principal de uma antiga fortificação. Adjacente do castro é possível visitar uma necrópole. É no presente local que se encontra um marco miliário, delimitando os territórios à era e denominado por *Terminus Augustulis*, tratando-se de um dos três únicos edificativos que constam na Península Ibérica. Pela estância arqueológica é viável o passeio por trilhos que, à época, faziam parte de vias romanas.

A “Casca da Misarela” torna-se, igualmente, ponto de passagem para quem se desloca a Armamar de férias ou lazer. Situada num rochedo granítico, em São Joaninho, a cascata das águas do Rio Temilobos proporciona uma paisagem única.

Em Armamar são muitas as igrejas, ermidas e capelas existentes, sendo, por isso, merecida a visita por parte de quem está de viagem. Destaca-se, assim, a “Igreja Matriz de São Miguel de Armamar”, possivelmente construída entre os finais do século XII e início do século XIII, que é um monumento nacional classificado de estilo românico e edificado com as pedras do antigo

Castelo de Armamar, tendo este sido demolido. Esta igreja está associada a Egas Moniz e é composta por três naves com colunas cilíndricas.

Merece destaque a “Ermida de São Domingos” que proporciona uma paisagem distinta. Localizada a 750 metros de altitude é possível observar o Douro, serra do Marão, Peso da Régua e a Nossa Senhora dos Remédios. Atualmente, diante da porta da ermida, ainda se encontra a “pedra propiciatório” que se distingue por estar associada à fertilidade. Consta que D. João II e D. Leonor pediram intervenção divina para conseguirem ter um herdeiro, assim, a pedra servira para os casais que não conseguiam ter filhos pedirem ajuda, dormindo ao relento por cima da mesma.

Em Lamego, situa-se o Santuário de Nossa Senhora dos Remédios, no Monte de São Estevão, que iniciou a sua construção em 1750 e terminou em 1905. No centro da localidade encontra-se uma escadaria, com 686 degraus, que leva até ao Santuário no cimo do Monte. No percurso observam-se obras de arte, entre as quais, esculturas, fontes e painéis de azulejo. O Santuário é do estilo barroco e rococó, tendo sido empregue, na sua construção, a pedra de granito. No interior encontra-se um altar-mor com a Nossa Senhora dos Remédios esculpida em madeira, juntamente, estão, também, três vitrais com a Nossa Senhora da Conceição, do Sagrado Coração de Jesus e da Anunciação.

No Peso da Régua situa-se o “Museu do Douro” que contém informação da cultura do vinho e de toda a região.

Na figura 4 apresenta-se um mapa turístico do concelho de Armamar.

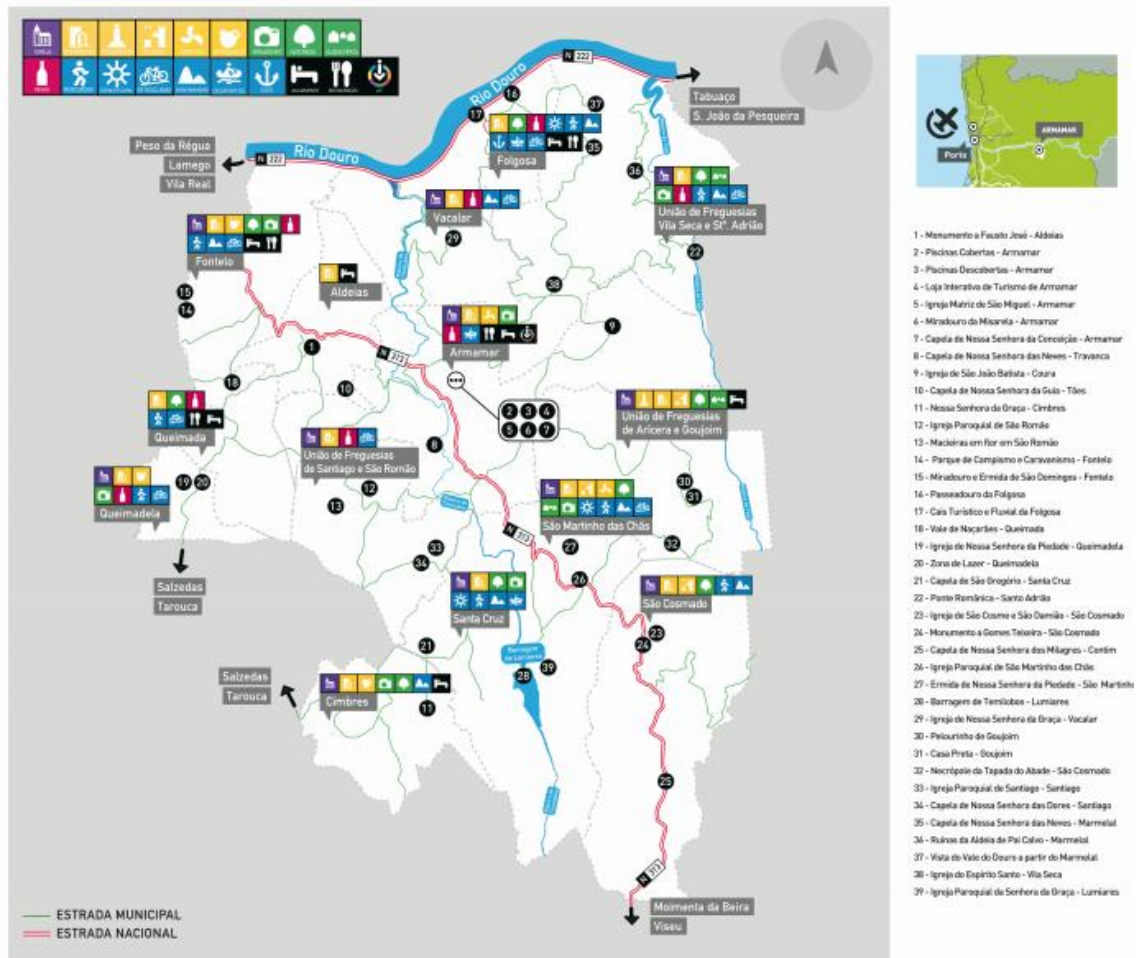


Figura 4 Mapa Turístico

Fonte: Câmara Municipal de Armamar

2.4.1 Eventos

Enunciam-se os eventos importantes não só de Armamar, mas, também, de Lamego (município próximo de Armamar).

No mês de junho, em Armamar, comemoram-se as festas de São João que promovem animação, realizam concertos, missas e desfiles das marchas populares, terminando com um espetáculo pirotécnico (no ano de 2019 decorreu entre os dias 21 e 24).

Durante os dias de 18, 29 e 20 de outubro do ano de 2019 teve lugar a “Feira da Maça 2019”, em Armamar. A feira promove não só a maçã de montanha, mas também o seu potencial económico, demonstra a identidade da população para com a agricultura e apresenta as suas tradições. Recorda-se, Armamar, como a capital da maçã de montanha.

As festas da “Nossa Senhora dos Remédios”, em Lamego, decorrem anualmente desde 1970. No ano de 2019 concretizaram-se entre 16 de agosto e 9 de setembro. A grande noite da Romaria aconteceu a 8 de setembro com uma procissão.

3 ENQUADRAMENTO LEGAL DO PROJETO

Este capítulo indicará os parâmetros legais a cumprir para a abertura de unidade de TER, nomeadamente, a casa de campo que o projeto pretende explorar.

3.1 EMPREENDIMENTOS DE TURISMO NO ESPAÇO RURAL

De acordo com a quinta alteração ao Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de março, feita pelo Decreto-Lei n.º 80/2017, de 30 de junho, Capítulo II, Secção VIII, Artigo 18.º: os empreendimentos de turismo no espaço rural são estabelecimentos que têm como objetivo alojar turistas em ambiente rural, com todas as instalações, estruturas, equipamentos e serviços que completem a oferta pretendida. Quanto à tipologia de alojamento, permite-se que sejam:

- Casa de campo;
- Agro-turismo;
- Hotel rural.

Os empreendimentos enunciados devem preservar, recuperar e valorizar o património arquitetónico, natural e paisagístico do local e região, através da reconstrução, reabilitação ou ampliação de construções existentes. As casas de campos são alojamentos situados em aldeias ou em espaços rurais que integrem materiais de construção e características típicas da arquitetura local. Quando situadas em aldeias e exploradas de forma conjunta denomina-se por “turismo de aldeia”. O número máximo de unidades de alojamento a hóspedes considera-se de quinze.

3.2 CASA DE CAMPO

Para que possa tornar-se casa de campo é necessário cumprir determinados requisitos. Neste ponto serão descritas as formalidades para a implementação do empreendimento turístico do espaço rural, de acordo com a Portaria n.º 937/2008 de 20 de agosto:

Artigo 5.º Casa de campo:

As casas de campos são alojamentos situados em aldeias ou em espaços rurais que integrem materiais de construção e características típicas da arquitetura local.

Artigo 10.º Condições gerais de instalação:

De forma a não perturbar o conforto dos hóspedes:

- A instalação das infraestruturas, máquinas e de outros equipamentos necessários ao bom funcionamento deve ser efetuada para que não se produzam ruídos, vibrações, fumos ou cheiros que possam perturbar os utentes;
- Minimizar, ao máximo, o ruído das explorações agrícolas;
- O empreendimento de turismo no espaço rural pode estar integrado num único edifício ou estar num conjunto de edifícios;
- Em situação de várias unidades de alojamento, estas devem estar identificadas como fazendo parte do mesmo empreendimento.

Artigo 11.º Infraestruturas e equipamentos:

Deve dispor de infraestruturas e equipamentos, entre os quais:

- Um sistema de iluminação e água quente e fria;
- Um reservatório de abastecimento de água com capacidade suficiente para satisfazer as necessidades diárias;
- Um sistema e equipamento de segurança contra incêndios;
- Um sistema de climatização de acordo com as condições climatéricas da região;
- Uma zona de arrumos à parte da que está reservada aos hóspedes;
- Um sistema de armazenagem de lixo caso não exista no local serviço de recolha público;
- De equipamentos de primeiros socorros;
- De área de estacionamento;
- Um telefone fixo ou móvel que, na casa de campo, está no escritório de atendimento a hóspedes.

Artigo 13.º Áreas comuns:

Relativamente à área de atendimento e de receção aos hóspedes, nomeadamente:

- Registo de entradas e saídas;

- Serviço de reservas;
- Receção, guarda e entrega de correspondência ou mensagens que sejam para os hóspedes;
- Prestação de toda a informação quanto aos serviços existentes.

Na casa de campo, o atendimento, pode ser efetuado num escritório de atendimento localizado na freguesia do estabelecimento.

Artigo 13.º Unidades de alojamento:

As unidades de alojamento de turismo no espaço rural são ou quartos ou suites e devem dispor, obrigatoriamente de:

- Cama;
- Mesa de cabeceira (ou outro apoio similar);
- Espelho;
- Armário;
- Iluminação de cabeceira;
- Tomada elétrica.

Quando existem salas privativas a área mínima imposta é de 10 m².

Artigo 15.º Cozinhas:

As cozinhas têm de ter, pelo menos, os seguintes equipamentos:

- Frigorífico;
- Fogão ou placa;
- Lava loiça;
- Armários para utensílios;
- Dispositivo para absorver fumos e cheiros.

Artigo 16.º Instalações sanitárias:

As instalações sanitárias do empreendimento turístico devem ter:

- Sanita;
- Duche ou banheira;
- Lavatório;
- Espelho;
- Ponto de luz;
- Tomada de corrente elétrica;
- Água corrente quente e fria;
- Sabonete ou gel de banho.

Artigo 17.º Informações:

Os empreendimentos turísticos em espaço rural devem disponibilizar aos hóspedes informação escrita em português e em outra língua oficial da união europeia, a propósito de:

- Condições gerais da estada e as normas de utilização do empreendimento turístico, dos preços praticados dos serviços disponíveis e respetivo horário, dos equipamentos disponíveis para a prática de atividades de animação turística e respetivas regras;
- Áreas que são destinadas ao proprietário, ao explorador ou ao representante legal;
- Produtos comercializados, informando a sua origem e preços;
- Património turístico, natural, histórico, etnográfico, cultural, gastronómico e paisagístico da região envolvente ao empreendimento;
- Localização dos serviços médicos e das farmácias mais próximas;
- Meios de transporte que sirvam o empreendimento com as respetivas vias de acesso.

Artigo 18.º Serviço de refeições:

O pequeno-almoço é a refeição obrigatória a disponibilizar.

Para os alojamentos turísticos em espaço rural que não tenham um espaço de restauração a 5 km, devem, mediante solicitação prévia, disponibilizar serviços de almoço e jantar. As refeições devem respeitar à cozinha tradicional portuguesa e, inclusivamente, utilizar produtos da

região. À exceção das casas de campo quando não habitadas pelo proprietário ou representante legal.

Artigo 19.º Comercialização de produtos artesanais e gastronómicos:

Permite-se a comercialização de produtos artesanais e gastronómicos originados da região inserida ou produzidos no empreendimento turístico.

Artigo 20.º Fornecimentos incluídos no preço diário do alojamento:

O preço diário inclui, obrigatoriamente:

- Pequeno-almoço;
- Serviço de arrumação e limpeza;
- Consumo ilimitado de água e eletricidade.

Artigo 21.º Arrumação e limpeza:

Tanto os equipamentos como as instalações devem manter-se em boas condições de limpeza, higiene e funcionamento. Roupas de cama e toalhas de banho devem ser substituídas da seguinte forma:

- No mínimo duas vezes por semana;
- Sempre que o hóspede assim o solicite;
- Quando acontece a mudança de hóspede.

Artigo 23.º Casas de campo:

As casas de campo devem dispor, no mínimo, de uma instalação sanitária para cada três quartos. A área dos quartos individuais é de 7 m² e dos quartos duplos é de 9 m².

Aos empreendimentos de turismo no espaço rural é permitido o desenvolvimento de atividades de animação tanto destinada somente aos hóspedes como ao público em geral. Quando destinadas ao restante público a entidade tem que licenciar-se como empresa de animação turística. As atividades têm como objetivo a ocupação dos tempos livres dos utentes promovendo as características, produtos e tradições da região onde estão inseridos. No decorrer do projeto será esclarecida a empresa de animação turística.

3.3 PROCESSO DE LICENCIAMENTO

Para a abertura de um empreendimento turístico em espaço rural é necessário passar por processos de licenciamento para as obras e para, após as obras, a sua utilização efetiva.

3.3.1 Licenciamento de obras

O processo de licenciamento de obras consta na Republicação do Decreto-Lei n.º 555/99, de 16 de dezembro. Na presente Republicação Capítulo I definem-se os seguintes artigos:

Artigo 3.º Regulamentos municipais:

Cabe a cada município aprovar regulamentos de urbanização e/ou edificação, lançamento e liquidação das taxas e prestação de caução (devido à realização de operações urbanísticas). Assim, os regulamentos têm como objetivo concretizar e executar:

- Obras de diminuta importância urbanística;
- Detalhar os aspetos morfológicos e estéticos que devem ser obedecidos pelos projetos de urbanização e edificação, ou seja, tudo o que envolve a formulação de valorações próprias da função administrativa;
- Controlar a execução,
- Controlar a segurança, a funcionalidade, a economia, a harmonia e o equilíbrio socio ambiental, a estética, a qualidade, a conservação e a utilização dos edifícios;
- Conferir que as edificações estão conforme as regras, aquando da data de construção e em concordância com o licenciamento das obras de reconstrução ou de alteração das edificações;
- Determinar as taxas a cobrar;
- Averiguar os atos e operações que irão ser sujeitos a discussão pública.

Artigo 4.º Licença, comunicação prévia e autorização de utilização:

As operações urbanísticas pretendidas a efetuar dependem de licença e comunicação prévia com prazo. Necessitam de licença as seguintes:

- Operações referentes ao loteamento;
- Obras de urbanização;
- Obras de construção, ampliação ou alteração;
- Obras de conservação, reconstrução, ampliação, alteração ou demolição que envolvam imóveis classificados ou em processo de classificação;

- Obras de reconstrução que impliquem aumentar a altura da fachada ou o número de pisos;
- Obras de demolição das edificações que não estejam previstas nas obras de reconstrução;
- Obras de reconstrução, reconstrução, ampliação, alteração ou demolição de imóveis situadas em áreas de servidão administrativa ou restrição de utilidade pública.

Requerem de comunicação prévia as seguintes:

- Obras de reconstrução que não implicam aumento da altura da fachada ou do número de pisos;
- Obras de urbanização e trabalhos de remodelação de terrenos numa área abrangida por operação de loteamento;
- Obras de construção, alteração ou ampliação em área de loteamento ou plano de pormenor,
- Edificação de piscinas articuladas a edificação principal.

Artigo 8.º Procedimento:

A tramitação elabora-se eletronicamente e compete ao presidente da câmara municipal.

Artigo 9.º Requerimento e comunicação:

Os procedimentos pretendidos efetuam-se a partir de um requerimento ou comunicação de forma eletrónica.

Artigo 14.º Pedido de informação prévia:

Existe a possibilidade de pedir à câmara municipal de, a título prévio, esclarecimentos acerca da viabilidade de efetuar operações urbanísticas e respetivos condicionamentos legais e regulamentos.

3.3.2 Licenciamento de utilização

De acordo com a Republicação do Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de março, Artigo 22.º, compete à câmara municipal (da localização do empreendimento) fixar a capacidade máxima e conferir a classificação em concordância com o projeto proposto.

Artigo 27.º Alvará de licença ou admissão da comunicação prévia:

A câmara municipal deve, através da emissão do alvará de licença ou a admissão da comunicação prévia destinada à realização de obras de edificação, fixar a capacidade máxima e conceder a classificação, tendo em consideração o projeto apresentado.

Artigo 30.º Autorização de utilização para fins turísticos e emissão de alvará:

Após a conclusão da obra requer-se a autorização para a utilização turística. O pedido de autorização acompanha-se por três termos de responsabilidade:

- Certificação, pelos autores do projeto de arquitetura das obras e pelo diretor que fiscaliza a obra, em como o empreendimento turístico está de acordo com o projeto previamente aprovado;
- Autenticação da segurança contra incêndios verificado pelo autor do projeto de segurança contra incêndios;
- Certificação pelos autores dos projetos de instalações elétricas, acústicas, energéticas e acessibilidades que atestam a conformidade das instalações existentes.

Artigo 32.º Título de abertura:

O título válido de abertura integra-se por:

- Alvará de autorização da utilização do empreendimento para fins turísticos;
- Comprovativo em como a comunicação anterior prévia foi efetuada;

A Portaria n.º 1173/2010 de 15 de novembro corresponde a:

Artigo 3.º Menções:

O que se inserir na placa identificativa:

- Tipologia, grupo e categoria de empreendimento – quando adequável
- Validade da classificação fixada;
- Número do registo no RNET;
- Logótipo Turismo de Portugal, I.P.

Em anexo da referida Portaria encontra-se a placa identificativa a utilizar na casa de campo e a sua descrição:



Figura 5 Placa identificativa

Fonte: Portaria n.º 1173/2010 de 15 de novembro

A placa é de acrílico cristal transparente, extrudido e polido na face posterior (pode ser polido ou mate), com dimensões 400 mm x 400 mm ou de 200 mm x 200 mm. Quando a encomenda é feita deve estar identificada a escolha da face posterior e da dimensão.

Artigo 4.º Afixação:

A placa identificativa localiza-se, no exterior, junto à entrada principal do alojamento.

Artigo 6.º Preço das placas informativas:

Para adquirir a placa identificativa paga-se a quantia de € 40 (acrescenta IVA).

O registo da marca e do logótipo terá de ser feito ao INPI, com o custo de € 127,37 (para cada um). Importa referir que a marca “Casa da Terra” está atualmente registada, assim para o registo efetivo o nome teria que ser mudado para “Casa da Terra – Passos”.

A Portaria n.º. 1087/2010 de 22 de outubro sobre o registo do empreendimento turístico, RNT, revela que no Artigo 2.º o registo efetua-se no RNET, para os empreendimentos turísticos.

Artigo 4.º Registo de empreendimentos turísticos:

O registo dos empreendimentos turísticos no RNET deve ser efetuado, eletronicamente ao Turismo de Portugal, no prazo de 30 dias a contar da data do título válido de abertura ao público. Aquando da inscrição no RNET atribui-se um número de registo que irá constar na placa identificativa.

Para a inscrição não é pedido qualquer montante.

4 DESCRIÇÃO DA CASA DE CAMPO

Neste capítulo serão descritas a casa de campo e as respetivas condições de exploração, relacionando com o tópico anterior relativo à legislação do projeto.

A “Casa da Terra” é composta por dois pisos, acompanhada por uma adega (servirá para a componente da animação turística) e uma área com churrasqueira, no exterior. A casa de campo apresenta-se com arquitetura tradicional, conforme a Portaria n.º 937/2008 de 20 de agosto, Artigo 5.º requiere, nomeadamente em granito. No exterior da casa, em espaço vedado, existe capacidade de estacionamento para dois carros, gratuitamente.

No piso superior encontram-se quatro *suítes*, um espaço de arrumos que será transformado em quarto *twin* para alojar mais dois hóspedes, ficando, assim, cinco quartos disponíveis, uma instalação sanitária, uma sala com cozinha e uma área de arrumos.

A cozinha tem como equipamentos um frigorífico, um forno, uma placa de indução, micro-ondas, lava-loiça, torradeira e todos os utensílios necessários, acompanhada por uma mesa para dez pessoas (Portaria n.º 937/2008 de 20 de agosto, Artigo 15.º). A sala tem um sofá, manta, móvel com televisão (disponibilizando canais portugueses e estrangeiros), ar condicionado e decoração enquadrada com a região.

As *suítes* e o quarto *twin* têm janelas, cama, mesa-de-cabeceira, espelho, armário, iluminação e tomada elétrica (assim a lei o exige, Portaria n.º 937/2008 de 20 de agosto, Artigo 14.º). Para além disso, possuem cortinados, tapetes e roupa de cama. O quarto conta com 18 m², duas das *suítes* com 15,70 m², outra com 15,80 m² e a última com 16,60 m².

O piso inferior contém uma garagem e duas áreas de arrumos que irão sofrer alterações por completo. Entende-se que todo o espaço será transformado em sala com cozinha, uma instalação sanitária e dois quartos (duplo e twin). Os quartos terão 10 m², o que significa que respeita a Portaria n.º 937/2008 de 20 de agosto, Artigo 23.º e, também, janelas, cama, mesa-de-cabeceira, espelho, armário, iluminação, tomada elétrica, cortinados, tapetes e roupa de cama.

A cozinha do piso inferior terá, também, como equipamentos um frigorífico, um forno, uma placa de indução, micro-ondas, lava-loiça e todos os utensílios necessários e mesa com cadeiras.

A sala terá, também, um sofá, manta, móvel com televisão (com canais portugueses e estrangeiros), ar condicionado e decoração enquadrada com a região.

Todas as instalações sanitárias da casa de campo terão duche (caso das *suítes*) e banheira, água quente e fria, lavatório, espelho, secador, tomada de corrente elétrica e luz, toalhas de banho (corpo e rosto) e tapetes. *Amenities* como *shampoo*, gel de banho e sabonete serão oferecidos (Portaria n.º 937/2008 de 20 de agosto, Artigo 16.º).

A casa de campo disponibiliza, ainda, dois berços que podem ser colocados em qualquer um dos quartos.

O acesso à internet por *wireless* será disponibilizado em toda a casa. Admite-se, ainda, animais de estimação, sem qualquer custo adicional.

As plantas da casa de campo correspondente aos dois pisos encontram-se disponíveis nos Anexos I e II.

4.1 CASA DA TERRA



Figura 6 Placa Casa da Terra

Fonte: Elaboração própria

A figura 6 remete à placa que ficará na entrada da casa para identificação.

Considera-se, este, o logótipo para a promoção, reconhecimento e associação à casa de campo.

Juntamente com a placa estará a identificação do Turismo de Portugal relativa à “Casa de Campo”, Portaria n.º 1173/2010 de novembro, Artigo 4.º.

O escritório terá lugar na freguesia de São Romão e Santiago e fará o registo de entradas e saídas, serviço de reservas, entregará correspondência ou mensagens aos hóspedes, caso seja necessário e disponibilidade de informação sobre o funcionamento da casa de campo “Casa da Terra”.

4.2 CONDIÇÕES DE EXPLORAÇÃO

Pretende-se que a casa de campo disponibilize três unidades de alojamento. Quer isto dizer que estarão disponíveis três tipos de venda, tais como:

- Unidade de alojamento 1, capacidade para dez pessoas – Piso superior com cinco quartos, cinco instalações sanitárias, sala e cozinha;
- Unidade de alojamento 2, capacidade para quatro pessoas e indicado para hóspedes com mobilidade condicionada – Piso inferior com dois quartos, instalação sanitária, sala e cozinha;
- Unidade de alojamento 3, capacidade para catorze pessoas – Pisos superior e inferior com o total de sete quartos, duas salas e duas cozinhas.

Cada unidade de alojamento terá a sua entrada independente, no entanto existem escadas interiores que estarão abertas, quando um grupo de pessoas pretender reservar a casa no seu todo.

A cozinha, para além de ter os equipamentos necessários, disponibiliza os utensílios para a confeção de refeições por parte dos hóspedes, dado que o responsável não estará a viver na casa de campo (Portaria n.º 937/2008 de 20 de agosto, Artigo 18.º). Assim, não estarão disponíveis os serviços de almoço ou jantar.

O serviço de pequeno-almoço está incluído na estada que, através de parcerias locais, irá promover a gastronomia da região (Portaria n.º 937/2008 de 20 de agosto, Artigo 20.º). Significa que disponibilizará um pequeno-almoço continental acompanhado por produtos da região, tais como:

- Biscoito da Teixeira;

- Bola de carne;
- Bolo amarelo com ou sem açúcar;
- Broa de milho;
- Pão fino;
- Compostas com os produtos gastronómicos da região;
- Bolinhos de Maçã (visto Armamar ser a capital da maçã de montanha, torna-se importante promovê-la através da pastelaria).

Nas salas de estar encontrar-se-ão informações acerca de:

- Atividades de animação turística;
- Produtos;
- Património;
- Serviços médicos.

As informações estarão em dois idiomas, na língua oficial portuguesa e na língua inglesa (Portaria n.º 937/2008 de 20 de agosto, Artigo 17.º).

A limpeza decorrerá diariamente. As roupas de cama e toalhas de banho serão mudadas sempre que aconteça a mudança de hóspede e quando o hóspede residente assim o solicite (Portaria n.º 937/2008 de 20 de agosto, Artigo 21.º).

Para além do pequeno-almoço estão também incluídos, na estada, o serviço de arrumação e limpeza, o consumo ilimitado de água e eletricidade (Portaria n.º 937/2008 de 20 de agosto, Artigo 20.º) e as atividades da empresa de animação turística, caso o hóspede pretenda participar.

Pretende-se que os hóspedes preencham um questionário acerca da permanência na “Casa da Terra”, preferencialmente no fim da estada, de forma, por exemplo, a elaborar sugestões das mais diversas áreas envolventes ou a melhorar o serviço. Exemplo de questionário em anexo (Anexo IV).

4.2.1 Preços

Apresenta-se a tabela 6 correspondente aos preços com os valores médios por noite, para cada tipologia, que poderão variar consoante a época - alta ou baixa.:

Tabela de preços	
Piso Superior (preço médio/noite)	€ 150
Piso Inferior (preço médio/noite)	€ 70
Casa com 2 pisos (preço médio/noite)	€ 220

Tabela 6 Preços

Fonte: Elaboração própria

5 EMPRESA DE ANIMAÇÃO TURÍSTICA

Este capítulo incidirá no enquadramento legal relativo às empresas de animação turística. A finalidade da apresentação da legislação relaciona-se com o necessário para a concretização e abertura da empresa de animação turística.

Pretende-se que as atividades propostas sejam praticadas, não só, pelos utentes da casa de campo, mas, também, pelo restante público. Para isso é necessária a existência de uma empresa de animação turística. Neste sentido, e em concordância com o Decreto-Lei nº 108/2009 de 15 de maio, Capítulo II, Artigo 3.º as empresas de animação turística organizam e vendem atividades recreativas, desportivas ou culturais, ao ar livre ou em instalações fixas, de natureza lúdica e apoiam ao desenvolvimento da região. Atividades essas que podem ser exercidas por empresas ou gestores de empreendimentos turísticos.

Para desenvolver as atividades de animação turística têm de estar registados no Registo Nacional dos Agentes de Animação Turística (RNAAT) os empresários de nome individual ou as sociedades e após a concretização de um seguro obrigatório. A inscrição efetua-se eletronicamente através de um formulário disponibilizado pelo *website* do Turismo de Portugal, I.P.

Têm, igualmente, direito a disponibilizar atividades de animação turística, empresas ou gestores de empreendimentos turísticos que considerem possíveis as mesmas enquanto

complementares ao objetivo principal, estando obrigados a cumprir a legislação, incluindo a contratação dos seguros obrigatórios. O Turismo de Portugal deve ser informado da intenção e da prática.

Para iniciar a empresa de animação turística e respetivas atividades devem ser cumpridas as exigências descritas em seguida, também, do Decreto-Lei nº 108/2009 de 15 de maio.

Artigo 6.º Dever de informação:

Antes da venda dos serviços e/ou atividades, as empresas de animação turística devem informar os clientes sobre as seguintes questões:

- As especificidades das atividades a incrementar;
- Grau de dificuldade e possíveis riscos;
- Eventual material necessário, caso não seja disponibilizado pela empresa;
- Idades mínima e máxima permitidas;
- Serviços e respetivos preços.

Após a venda e previamente ao início dos serviços e/ou atividades devem ser esclarecidas informações relativamente aos seguintes aspetos:

- Utilização dos equipamentos;
- Legislação ambiental que seja considerada importante;
- Ações a adotar em caso de perigo ou emergência;
- Situação profissional e de formação dos empregadores.

Artigo 7.º Desempenho ambiental:

O desempenho ambiental representa um papel crucial para as atividades de animação turística, dado que têm de se realizar de acordo com a regulamentação relativa ao ambiente, devendo, também, proporcionar condições para preservar o ambiente.

Artigo 8.º Identificação das empresas de animação turística:

As empresas de animação turística só devem ser vistas como tal se tiverem registadas no RNAAT. Quando se trata de publicidade, contratos, correspondência e anúncios devem apresentar o seu número de registo e localização da sede social, para além de outros critérios relevantes determinados pelo Código Comercial e Código das Sociedades Comerciais.

Artigo 9.º Elementos do RNAAT:

No *website* do Turismo de Portugal, I.P., encontra-se uma lista atualizada, de acesso público, das empresas de animação turística com título válido para a prática das atividades.

No registo das empresas estão:

- A denominação da empresa autorizada à prática das atividades;
- A entidade ou denominação social, sede, localização dos estabelecimentos, objeto social, matrícula e a conservatória do registo comercial onde a empresa está inserida;
- O registo dos administradores, gerentes e diretores;
- Quais as atividades com autorização para serem praticadas;
- As marcas que a empresa utiliza;
- As apólices do seguro obrigatório, prazo de validade e montante garantido;
- As penalizações aplicadas;
- As menções características de qualidade.

Artigo 10.º Obrigação de comunicação:

Quando se verifique a abertura de novos estabelecimentos, ou encerramento, alteração a componentes do registo ou término das atividades, o Turismo de Portugal, I.P., deve ser notificado no prazo de 30 dias. Se a alteração decorrer das atividades planeadas, a empresa deve apresentar a prova dessa mesma alteração e das respetivas apólices de seguro contratadas, para que se confira que todas as atividades registadas estejam cobertas pelos seguros.

Artigo 11.º Requerimento de inscrição no RNAAT:

Para que uma empresa seja caracterizada de animação turística tem que estar inscrita no RNNAT e contratar os seguros obrigatórios.

O requerimento de inscrição que é necessário preencher eletronicamente, direcionado ao Turismo de Portugal, I.P., deve especificar o seguinte:

- Identificação do candidato;
- Identificação dos titulares, administradores ou gerentes do estabelecimento;
- Local da sede e estabelecimento;
- O nome escolhido para o estabelecimento e as possíveis marcas a utilizar;
- As atividades pretendidas a praticar.

Para além das especificações acima, deve apresentar os seguintes documentos:

- Cópia da constituição da empresa;
- Código de acesso à certidão permanente;
- Declaração da autorização para consultar o registo das marcas pretendidas a utilizar;
- Cópia simples das apólices dos seguros considerados obrigatórios, destacando as atividades cobertas pelos mesmos e comprovativo do respetivo pagamento;
- Plano pormenorizado das atividades a exercer, acompanhado pela indicação dos equipamentos a utilizar;
- Prova em como os equipamentos e as instalações estão de acordo com a legislação, seguido por uma cópia simples da licença de utilização.

Artigo 12.º Tramitação:

Após a apresentação do requerimento de inscrição no RNAAT, por meio eletrónico, o Turismo de Portugal, I.P., envia, automaticamente, um recibo de receção. O Turismo de Portugal, I.P., nomeia um gestor de processo que fica encarregue do desenvolvimento da tramitação do requerimento de inscrição no RNAAT, do cumprimento dos prazos, da disponibilização de informação e clarificação de determinada temática.

Artigo 14.º Decisão sobre o registo:

O Turismo de Portugal, I.P., tem dez dias, desde a receção do requerimento corretamente preenchido, para comunicar a decisão sobre o registo. Também, é entregue ao requerente o certificado de registo.

Artigo 15.º Indeferimento do requerimento:

Quando o requerimento de inscrição no RNAAT é considerado indeferido significa que não corresponde à lei em vigor ou a outros regulamentos legais, sendo este convenientemente justificado e comunicado. Posteriormente à decisão, o requerente pode emitir um novo requerimento, não precisando de enviar os documentos que outrora foram considerados válidos.

Artigo 16.º Taxas:

Para registar a empresa de animação turística é aplicada uma taxa única, cobrada da seguinte forma:

- € 950,00 para as microempresas;
- € 1.500,00 para as restantes.

Valores que são atualizados a 1 de março de cada ano, dependentes da variação do índice médio de preços no consumidor em Portugal.

As empresas de animação turística aplicam apenas o pagamento desta taxa, não necessitando de pagar demais taxas ou licenças para praticar as atividades.

Artigo 17.º Início da atividade:

Após a receção do certificado de registo e pagamento da taxa as atividades da empresa podem ser iniciadas.

Artigo 25.º Instalações, equipamento e material:

Se as empresas possuírem instalações físicas devem estar de acordo com as normas para as atividades, estando, também, licenciadas.

Artigo 26.º, Utilização de meios de transporte:

Quando a empresa disponibiliza passeios turísticos ou transporte de clientes, de/para as atividades, com veículos automóveis de lotação superior a nove lugares, deve obter uma licença de transportador público rodoviário.

O IMTT, I.P., tem, também, que licenciar os veículos automóveis. O motorista deve dispor de:

- Horário de trabalho;
- Identificação da empresa;
- Descrição do projeto a acontecer;
- Data;
- Hora;
- Locais de partida e de chegada.

A empresa pode ter a seu cargo o transporte, desde que os veículos automóveis estejam em sua propriedade, ou em locação financeira, ou aluguer de longa duração.

Artigo 27.º Seguros obrigatórios:

A empresa é obrigada a manter um seguro de responsabilidade civil e de acidentes pessoais, decorrentes das atividades. O capital mínimo, para o seguro de acidentes pessoais, é considerado de:

- € 3500,00, máximo de montante anual, para despesas de tratamentos, internamento hospitalar e medicamentos;
- € 20.000,00 na hipótese de morte ou invalidez permanente.

Não estão contemplados nos seguros obrigatórios as seguintes eventualidades:

- Ferimentos causados aos agentes ou representantes legais da empresa;
- Ferimentos ao cônjuge, ascendentes, descendentes ou adotados, pelas pessoas mencionadas anteriormente, também, outro parentesco até ao 3.º grau se viverem ou estejam a cargo dessas mesmas pessoas;
- Lesões provocadas pelo lesado de forma externa aos serviços disponibilizados.

Excluídos do seguro estão, também, os ferimentos causados por acidentes rodoviários, quando os veículos automóveis não pertençam à empresa. O transportador, tem, então, que ter o seguro exigido para o veículo válido.

Artigo 37.º Livro de reclamações:

A empresa de animação turística deve possuir um livro de reclamações. A folha original da reclamação deve ser enviada para a ASAE e, de seguida, a entidade concede ao Turismo de Portugal, I.P., o acesso às reclamações efetuadas.

5.1 EMPRESA DE ANIMAÇÃO TURÍSTICA - CASA DA TERRA

A empresa de animação turística contará com o mesmo nome que o empreendimento turístico em espaço rural, “Casa da Terra”. A empresa será criada com base na legislação anterior.

O requerimento de inscrição no RNAAT será direcionado ao Turismo de Portugal I.P., com as seguintes informações:

- Identificação do candidato e do gerente da empresa;
- Local da sede e estabelecimento;
- O nome da empresa “Casa da Terra”;
- Atividades pretendidas a praticar (posteriormente descritas).

Acompanhadas por documentos, tais como:

- Cópia da constituição da empresa;
- Código de acesso à certidão permanente;
- Cópia das apólices dos seguros obrigatórios, com informação das atividades cobertas pelos mesmos e o comprovativo de pagamento;
- Plano das atividades com referência aos equipamentos a utilizar
- Cópia simples de licença de autorização.

No prazo de dez a empresa turística “Casa da Terra” deverá receber o certificado de registo.

O registo da empresa terá o valor de € 950,00.

Após o pagamento da taxa e receção do certificado podem ser iniciadas as atividades da empresa, significando que estará inscrita no RNAAT.

Quando a “Casa da Terra” usufruir de título válido, o Turismo de Portugal, I.P. terá, no seu *website*, o registo da empresa referindo:

- A denominação da empresa;
- A entidade, sede, localização dos estabelecimentos, objeto social, matrícula e a conservatória do registo comercial;
- O nome do gerente e administrador;
- Atividades com as devidas autorizações;
- As apólices de seguro, com prazo de validade e montante garantido;
- As penalizações aplicadas;

- As menções características de qualidade.

No início da sua atividade, a “Casa da Terra”, não terá veículo próprio ou alugado para transportar praticantes, será revisto conforme a procura.

Considera-se, assim, que a empresa de animação turística tem em concordância com a lei o que necessita para a sua realização e abertura.

5.1.1 Atividades de animação turística

Pretende vender-se as seguintes atividades:

- Vindima – “apanha” e pisar da uva (durante o mês de setembro)
- “Apanha” da maçã (de setembro a meados de outubro, dependendo da quantidade);
- “Apanha” da castanha (no fim de outubro);
- “Apanha” da cereja (inicia em maio e termina em junho).

Consideram-se, estas, atividades características da região e importantes para o desenvolvimento da mesma, contribuindo para reduzir a sazonalidade e aumentar as receitas turísticas.

Anteriormente à venda das atividades, a “Casa da Terra” deverá informar os possíveis clientes de:

- Atividades a praticar e respetivas especificações;
- O grau de dificuldade e os possíveis riscos;
- Idade mínima e máxima permitidas;
- Serviços e preços.

Após a venda das atividades deverá esclarecer sobre:

- Os equipamentos a utilizar;
- Ações a adotar em caso de perigo;
- Formação dos empregadores.

As atividades serão praticadas nos dois terrenos adjacentes à casa de campo, figuras 7 e 8. No entanto, deverá prever-se a participação em atividades organizadas em quintas da região, mediante protocolos a celebrar.



Figura 7 Terreno para atividades

Fonte: Google Maps



Figura 8 Terreno para atividades

Fonte: Google Maps

As atividades envolverão equipamentos, tais como alicates e baldes, cortar-se-á a fruta para ser colocada num balde.

Para a prática das atividades a empresa de animação turística terá que proceder à concretização de um seguro de responsabilidade civil e de acidentes pessoais. O montante máximo de € 3500,00 servirá para despesas de tratamentos, internamento e medicação e de € 20.000,00 em caso de morte ou invalidez permanente.

As atividades da “Casa da Terra” serão permitidas a crianças a partir dos dez anos e não haverá máximo de idade, no entanto as crianças deverão ser acompanhadas por um adulto.

5.1.2 Preços

Adultos/Atividade	€ 20
Crianças/Atividade (acompanhadas)	€ 10

Tabela 7 Preços atividades

Fonte: Elaboração própria

O preço estabelece-se para cada atividade, tabela 7.

O máximo de participantes estima-se de dez pessoas.

6 ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÓMICA

Neste capítulo apresentar-se-ão os valores estimados com os ganhos, custos e gastos e, por fim, a viabilidade económica do projeto através do VAL com cálculos apresentados nos anexos, nomeadamente o fundo de maneo, investimento, financiamento, ponto crítico, demonstração de resultados, mapa *cash flow*, plano financeiro, balanço, avaliação do projeto na perspetiva do investidor e custo médio ponderado do capital.

As tabelas são compostas pelos cálculos efetuados através de uma folha de *excel* disponibilizada pelo Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação.

Estabelecem-se os seguintes preços médios:

Tabela de preços	
Preço médio Casa de campo	€ 165
Preço médio Animação turística	€ 15

Tabela 8 Preços médios

Fonte: Elaboração própria

As obras e licenciamentos decorrerão nos primeiros seis meses de 2020 até à abertura do estabelecimento, entrando em funcionamento no último semestre do ano. O investimento prevê-se de € 40.000, nos quais € 17.000 são relativos às obras e € 23.000 à decoração, equipamentos e todo o necessário à abertura do empreendimento turístico. À casa atribui-se o valor de € 250.000.

Apresenta-se, de seguida, na Tabela 9, os valores das vendas e da prestação de serviços avaliados para o ano de 2020 até 2025 com base numa taxa de ocupação (para os anos de 2020 e 2021, adiante encontra-se a explicação da obtenção destes valores) e os preços médios obtidos pela Tabela 8.

VENDAS	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Dormidas	9 900	21 780	23 958	26 354	28 989	31 888
Quantidades Vendidas	60	132	145	160	176	193
Taxa de crescimento			10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
Preço unitário médio €	165	165	165	165	165	165
Total	9 900	21 780	23 958	26 354	28 989	31 888
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Animação turística	4 500	9 000	9 450	9 923	10 419	10 940
Taxa de crescimento			5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
Total	4 500	9 000	9 450	9 923	10 419	10 940
Total Vendas	9 900	21 780	23 958	26 354	28 989	31 888
IVA Vendas 6%	594	1 307	1 437	1 581	1 739	1 913
Total Animação Turística	4 500	9 000	9 450	9 923	10 419	10 940
IVA Atividades 23%	1 035	2 070	2 174	2 282	2 396	2 516
Total Volume Negócios	14 400	30 780	33 408	36 276	39 408	42 828
Total IVA	1 629	3 377	3 611	3 863	4 136	4 429
Total Volume Negócios + IVA	16 029	34 157	37 019	40 140	43 543	47 257

Tabela 9 Vendas previsionais para seis anos de projeto

Fonte: Elaboração própria em IAPMEI

Considerou-se 2020 como o ano de abertura da “Casa da Terra”, funcionando apenas seis meses, de julho a dezembro.

As taxas de ocupação de ~16%, para 2020, e ~34%, para 2021, foram estimadas através da elaboração de uma linha de tendência obtida pelos dados do Turismo de Portugal (Anexo XVI). Dada a inexistência de informação relativa aos empreendimentos turísticos TER, foram utilizados os dados dos apartamentos turísticos da região norte. Assim, preveem-se quantidades vendidas de

60 (noites dormidas) em 2020 e 132 em 2021. A partir do último ano referido, adotou-se uma taxa de crescimento de 10% até 2025.

As atividades de animação turística decorrerão, em 2020, nos meses de setembro e outubro, passando a quatro meses por ano a partir de 2021 nos meses de maio e junho, setembro e outubro. Para o valor das vendas deste serviço, admitiu-se que, até 2021, ter-se-ão 15 visitas por mês com cerca de 10 participantes por dia. A partir de 2022 considerou-se uma taxa de crescimento estima-se de 5%. Deste modo, o total do volume de negócios (+ IVA), em 2025, prevê-se de € 47 257.

Mostra-se, seguidamente, a Tabela 10 relativa aos Serviços Externos que irão ser fornecidos durante o funcionamento do estabelecimento. Os trabalhos especializados, que correspondem ao serviço de *housekeeping*, e a reparação/manutenção serão fornecidos por empresas de *outsourcing*. A escolha referida deve-se à baixa taxa de ocupação prevista, que não justifica a contratação de empregados fixos.

	Taxa a IVA	CF	CV	Valor Mensal	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Meses					6	12	12	12	12	12
Serviços especializados										
Trabalhos especializados	23%	100%		600,00	3 600,00	7 200,00	7 200,00	7 200,00	7 200,00	7 200,00
Segurança	23%	50%	50,0%	15,00	90,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Reparação/ Manutenção	23%	50%	50,0%	15,00	90,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Materiais										
Escritório	23%	50%	50,0%	2,00	12,00	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00
Energia e Fluidos										
Electricidade	23%	40%	60,0%	25,00	150,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Água	6%	60%	40,0%	13,00	78,00	156,00	156,00	156,00	156,00	156,00
Serviços diversos										
Seguros	23%	60%	50,0%	300,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	50,00
Comunicação	23%		100%		148,50	326,70	359,37	395,31	434,84	478,32
Higiene	23%	70%	30,0%	20,00	120,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Total FSE					4.588,50	9.206,70	9.239,37	9.275,31	9.314,84	9.358,32
FSE – C.F.					4.036,80	8.073,60	8.073,60	8.073,60	8.073,60	8.073,60
FSE – C.V.					551,70	1.133,10	1.165,77	1.201,71	1.241,24	1.284,72
Total FSE					4.588,50	9.206,70	9.239,37	9.275,31	9.314,84	9.358,32
IVA					973,10	1.953,02	1.960,54	1.968,80	1.977,89	1.987,89
Total FSE + IVA					5.561,60	11.159,72	11.199,91	11.244,11	11.292,73	11.346,22

Tabela 10 Fornecimentos e Serviços Externos (FSE)

Fonte: Elaboração própria em IAPMEI

A Casa da Terra terá, durante o seu funcionamento, um rececionista e dois monitores para as atividades de animação. As atividades de animação, no primeiro ano, apenas ocorrerão nos

meses de setembro e outubro devido às obras a que o alojamento será sujeito. Mostra-se então a Tabela 11 relativa aos Gastos com o Pessoal.

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
N. ° Meses	6	12	14	14	14	14
Pessoal	3	3	3	3	3	3
Animação Turística	2	2	2	2	2	2
Rececionista	1	1	1	1	1	1
N. ° meses trabalho	6	12	12	12	12	12
Animação Turística	2	4	4	4	4	4
Rececionista	6	6	6	6	6	6
Remuneração anual	2.400	9.600	11.200	11.200	11.200	11.200
Animação Turística	600	2.400	2.800	2.800	2.800	2.800
Rececionista	1.800	7.200	8.400	8.400	8.400	8.400
Remunerações	2.400	9.600	11.200	11.200	11.200	11.200
Encargos	570	2.280	2.660	2.660	2.660	2.660
Total gastos com pessoal	2.970	11.880	13.860	13.860	13.860	13.860

Tabela 11 Gastos com pessoal

Fonte: Elaboração própria em IAPMEI

Indicadores Económicos	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Taxa crescimento negócio		114%	9%	9%	9%	9%
Rentabilidade líquida sobre vendas	22%	11%	11%	16%	21%	25%
Indicadores Económicos - Financeiros	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Return On Investment (ROI)	1%	1%	1%	2%	3%	68%
Rendibilidade do Ativo	1%	1%	2%	3%	4%	91%
Rotação do Ativo	5%	10%	11%	12%	13%	277%
Rendibilidade dos Capitais Próprios (ROE)	1%	1%	1%	2%	3%	4%
Indicadores Financeiros	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Autonomia Financeira	86%	86%	86%	87%	89%	1840%
Solvabilidade Total	707%	699%	705%	800%	927%	55%
Indicadores de Liquidez	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Liquidez Corrente	149,45	95,30	91,80	74,71	62,92	0,12
Liquidez Reduzida	149,45	95,30	91,80	74,71	62,92	0,12
Indicadores de Negócio	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Margem Bruta	9.812	21.573	24.169	27.001	30.093	33.469
Grau de Alavanca Operacional	232%	486%	484%	348%	279%	238%
Grau de Alavanca Financeira	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Tabela 12 Indicadores

Fonte: Elaboração própria em IAPMEI

A rentabilidade líquida das vendas positiva e crescente nos primeiros cinco anos de negócio garante lucro e que o mesmo aumentará. Tem-se, deste modo, um negócio eficiente. Observa-se também a capacidade do empreendimento em cumprir, a médio longo prazo, os seus compromissos e a sua independência por terceiros nos valores da Solvabilidade Total. Relativamente aos compromissos a curto prazo, os indicadores revelam que a liquidez do projeto está a diminuir, sendo, assim, importante prestar atenção a este fator.

Os indicadores do negócio revelam um decrescimento do Grau de Alavanca Operacional por consequência do aumento do resultado operacional, o Grau de Alavanca Financeiro mantém-se contante nos 100%, garantindo-se assim no um menor risco do negócio.

Perspetiva do projeto – Pós financiamento	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Free Cash Flow to Firm	-40.033	10.081	8.380	10.462	12.735	15.217	13.168
WAAC	5,05%	5,05%	5,06%	5,18%	5,29%	5,41%	5,41%
Fator de Atualização	1	1.051	1.104	1.161	1.222	1.288	-
Fluxos Atualizados	-40.033	9.596	7.592	9.012	10.419	11.811	10.221
Fluxos Atualizados Acumulados	-40.033	-30.437	-22.845	-13.833	-3.413	8.398	18.618
Valor Atual Líquido (VAL)	18.618						
Taxa Interna de Rendibilidade (TIR)	17,09%						
Pay Back Period	5 Anos						

Tabela 13 Avaliação do projeto pós financiamento

Fonte: Elaboração própria em IAPMEI

Para o estudo da viabilidade do projeto foram utilizados os indicadores relativos ao Valor Atual Líquido (VAL), à Taxa Interna de Rendibilidade (TIR) e ao Prazo de Recuperação

Atualizado/*Payback period*. O primeiro, VAL, positivo, no valor de € 18.618, sustenta a viabilidade do projeto. O valor da TIR de 17,09% mostra-se favorável e corrobora com os indicadores de rentabilidade anteriormente analisados. Finalmente, o *payback period* garante a recuperação do investimento no prazo de cinco anos.

Desta forma, considera-se o projeto, pela análise dos indicadores, viável.

6.1 FINANCIAMENTO

Após o projeto ser aprovado e obtidos os licenciamentos de obras e utilização, a “Casa da Terra”, candidata-se a um financiamento proporcionado pelo Turismo de Portugal.

Para este projeto pretende-se o apoio do Turismo de Portugal, nomeadamente do financiamento do programa “Valorizar – Programa de apoio à valorização e qualificação do destino”, que tem como objetivo potenciar e melhorar a experiência turística através da área financeira. Revela-se importante dado que a região onde se insere o projeto, mais precisamente a aldeia, apresenta-se com baixa população e o desenvolvimento turístico levará a uma maior concentração de pessoas no local, contribuindo, por exemplo, para a criação de valor. A existência das atividades turísticas, variadas ao longo do ano, reduzem a sazonalidade. Assim, valoriza-se o património natural do país apostando na desconcentração da procura.

No programa “Valorizar” encontra-se a linha de apoio específica “Linha de apoio à valorização turística do interior” que se encara adequada, visto que pretende investir em projetos que apoiem o desenvolvimento do interior e potenciar a economia e a área social através de atividades turísticas. Enunciam-se as condições de acesso do promotor e do projeto:

- Inexistência de dívidas ao Estado e Turismo de Portugal;
- Não ter sido alvo de sanções administrativas ou judiciais, nos dois anos anteriores à candidatura;
- Não ter sido condenado por despedimentos ilegais;
- Apresentação de um plano estruturado e bem fundamentado das intervenções pretendidas a efetuar, em concordância com os objetivos do apoio;
- Ser sustentável de forma ambiental, financeira e económica;
- Promoção da acessibilidade para todos, incluindo quem revela necessidades especiais, temporárias ou permanentes.

As candidaturas acontecem, no ano de 2019, até ao dia 30 de novembro e o limite de financiamento é de € 150.000,00, o reembolso é de sete anos, o período de carência de dois anos e sem juros. Para o presente projeto pretende-se apoio de € 40.000.

7 ESTRATÉGIA DE COMERCIALIZAÇÃO

Previamente identificar-se-á a concorrência direta, elaborar-se-á um estudo de mercado dirigido a Portugal, região Norte e TER e apresentar-se-á a análise *SWOT* com os pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças. Por fim, descrever-se-á a promoção da casa de campo e da empresa de animação turística, revelando como promover, onde e quais os mercados-alvo reconhecidos.

7.1 CONCORRÊNCIA

A oferta turística pode ser consultada no *website* <https://www.cm-armamar.pt/pages/649>, correspondente à Câmara Municipal de Armamar, que apresenta informações relativas às casas de campo em Armamar.

Identifica-se a seguinte concorrência à Casa da Terra:

- **Casa da Fonte – Turismo Espaço Rural – Casa de Campo**



Figura 9 Casa da Fonte

Fonte: *Website* Casa da Fonte

A Casa da Fonte disponibiliza um *website* próprio com morada, contactos telefónicos, *e-mail* e salienta-se a informação de que a casa está disponível para oito ou dez pessoas, porém apenas para quem se relaciona, visto que não é possível alugar por quartos. Está presente em *websites* como os do “Douro Valley”, “Visit Portugal” e “Turismo.pt”. A partir do último enunciado é possível efetuar uma reserva.

- **Casa do Lagar – Turismo Espaço Rural – Casa de Campo**



Figura 10 Casa do Lagar

Fonte: *Booking*

O *website* da Casa do Lagar não se encontra disponível. No *Tripadvisor* não dispõe de qualquer comentário, nem é possível efetuar uma reserva, o mesmo acontece no *Booking*. A reserva torna-se possível através do *website* “Escapada Rural”. Esta casa de campo alberga entre uma e sete pessoas e disponibilizam-se quatro quartos.

- **Gojim Casa Rural – Turismo Espaço Rural – Casa de Campo**



Figura 11 Gojim Casa Rural

Fonte: *Website Gojim Casa Rural*

Esta propriedade é composta por treze quartos exteriores, existindo, assim, várias opções de quartos para adquirir, tais como “quarto duplo standard”, “quarto duplo deluxe” e “quarto familiar”. No *website* é possível efetuar uma reserva, ver a disponibilidade e consequentemente os preços estabelecidos. Existe presença no *Booking* e os preços encontram-se os mesmos. Estão, também, presentes no *Tripadvisor*.

- **Quinta dos Morangueiros – Turismo Espaço Rural – Casa de Campo**



Figura 12 Quinta dos Morangueiros

Fonte: *Booking*

A Quinta dos Morangueiros é uma casa com cinco quartos com capacidade para doze hóspedes. A reserva efetua-se para ocupar a casa na sua totalidade, não havendo a possibilidade de reservar por quarto. Não existe um *website* próprio, no entanto a venda acontece através, por exemplo, do *Booking* e do *Airbnb*. Encontra-se, também, presente no *website* do “Visit Portugal”.

- **Quinta de Silvares – Turismo Espaço Rural – Casa de Campo**



Figura 13 Quinta de Silvares

Fonte: *Booking*

A Quinta de Silvares possui um *website* com as características da casa de campo, localização, fotografias e contactos, porém não existe a possibilidade de efetuar uma reserva *online*. Estão presentes na *Booking*, no entanto não é exequível elaborar uma reserva. No *Tripadvisor* sucede-se a mesma situação.

- **Outros Tempos – Turismo Espaço Rural – Casa de Campo**



Figura 14 Outros Tempos

Fonte: Website Outros Tempos

Outros Tempos disponibilizam quatro casas e consideram-se Turismo de Aldeia no *website*, para reservar é necessário, primeiramente, efetuar uma pré-reserva com o pretendido, por exemplo datas e tipo de alojamento, posteriormente o hóspede é informado do prosseguimento, ou não, da reserva. As quatro casas disponíveis, com quatro quartos, ou três, ou dois ou um quarto, correspondem aos diferentes grupos que podem receber. Estão presentes no sítio da Câmara Municipal de Armamar na categoria de “Casas de Campo”. Constam, também, no *Booking* e *Tripadvisor* onde é possível efetuar uma reserva.

Segue-se uma tabela síntese:

Casa de Campo	Preço (médio/noite)	Unidades de Alojamento	Comodidades	Serviços
Casa da Fonte	€ 275	1	Casa totalmente equipada, estacionamento gratuito, permitido a animais e acesso <i>wi-fi</i>	N.D.
Casa do Lagar	€ 60	4	Piscina exterior, estacionamento privativo, os animais não são permitidos e sem acesso <i>wi-fi</i>	Limpeza diária, sala partilhada e serviço de quartos
Gojim Casa Rural	€ 72,5	13	Piscina exterior, restaurante, bar, estacionamento privativo gratuito, permitido a animais, acesso <i>wi-fi</i>	Limpeza diária, salão partilhado, serviço de despertar, receção 24 horas e pequeno-almoço
Quinta dos Morangueiros	€ 327,5	1	Acessibilidade para mobilidade reduzida, casa totalmente equipada, piscina exterior, estacionamento privativo gratuito, acesso <i>wi-fi</i> e permite animais mediante um custo	N.D.
Quinta de Silveiras	N.D.	1	Casa totalmente equipada, piscina exterior, não permitido a animais, espaço para churrasco, estacionamento privativo gratuito e acesso <i>wi-fi</i>	Serviço de cofre
Outros Tempos	€ 178	4	Acesso <i>wi-fi</i> , permite animais sem custos adicionais, estacionamento privativo gratuito, piscina exterior	Restaurante (mediante pedido prévio), serviço de limpeza diário

Tabela 14 Concorrência

Fonte: Elaboração própria

Comparativamente à concorrência identificada, a “Casa da Terra” irá disponibilizar três unidades de alojamento ao invés de uma, o que permitirá receber mais e diferentes hóspedes, albergando grupos maiores, famílias de quatro pessoas ou apenas um casal. Enquanto fator, também, de diferenciação serão disponibilizadas atividades de animação turística, de maneira a que os hóspedes complementem a sua experiência.

7.2 ESTUDO DE MERCADO

Neste capítulo relativo ao estudo de mercado analisam-se o turismo interno e o turismo internacional, para Portugal e para a região Norte.

De acordo com dados recolhidos no Turismo Interno (2018), pelo Turismo de Portugal, a região Norte considerou-se o segundo destino mais procurado a nível nacional, por residentes em Portugal. Ocorreram cerca de cinco milhões de deslocações no ano de 2018.

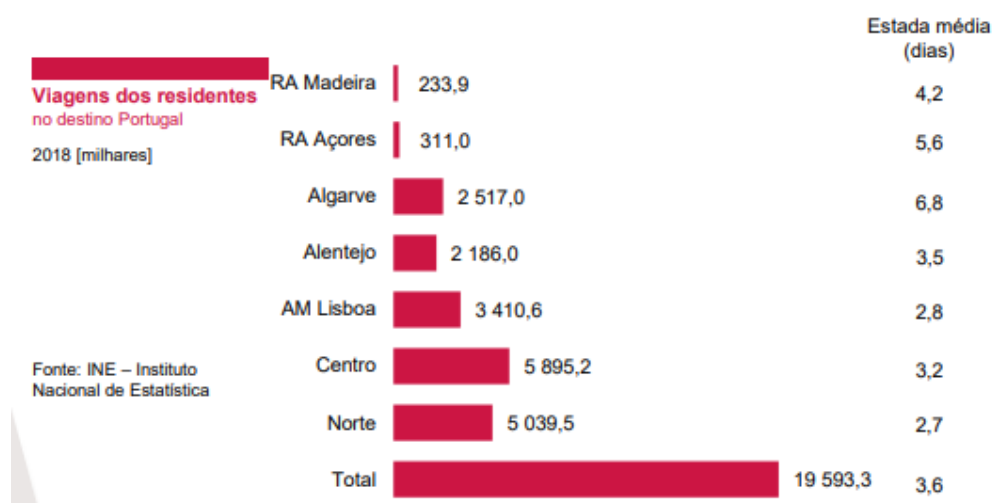


Tabela 15 Viagem dos residentes em Portugal

Fonte: Turismo Interno Portugal, em INE 2018

De acordo com a tabela 15 a estada média, dos residentes, em 2018, na região Norte foi de 2,7 dias.

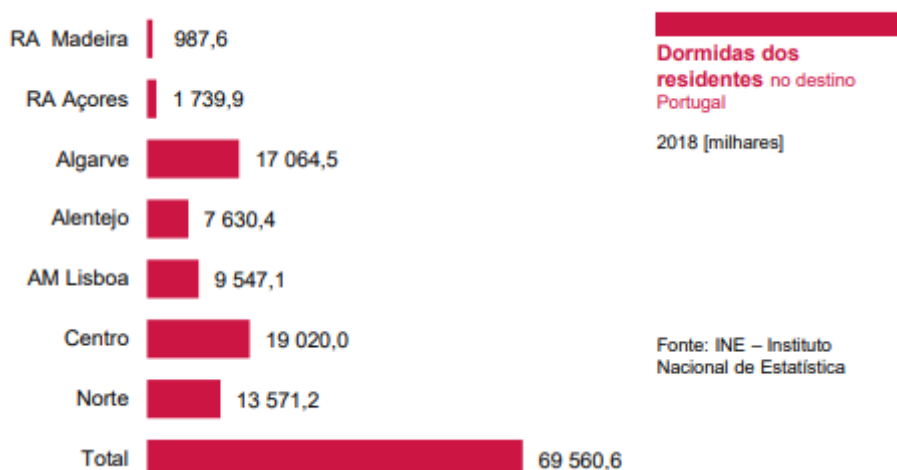


Tabela 16 Dormidas dos residentes em Portugal

Fonte: Turismo Interno Portugal, em INE 2018

Quanto às dormidas dos residentes em Portugal, no ano de 2018, o Norte contou com mais de 13 mil, conforme indicado pela tabela 16.

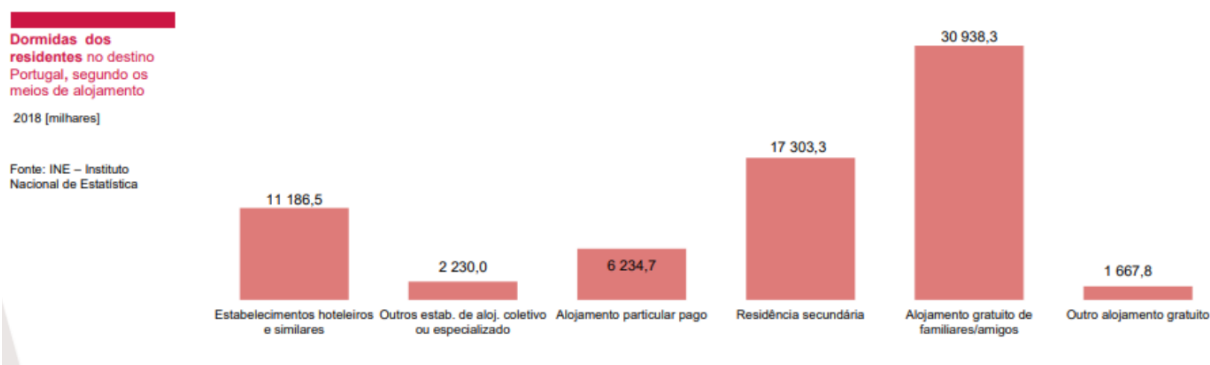


Tabela 17 Dormidas dos residentes em Portugal por meio de alojamento

Fonte: Turismo Interno Portugal, em INE 2018

Quanto à dormida dos residentes, em território nacional, verifica-se a predominância das dormidas em casas de familiares ou amigos de forma gratuita (30 938,3), seguida da residência secundária (17 303,3). Pernoitar em estabelecimentos hoteleiros ou similares obteve, também, valores elevados (11 186,5) comparativamente com os restantes (tabela 17).

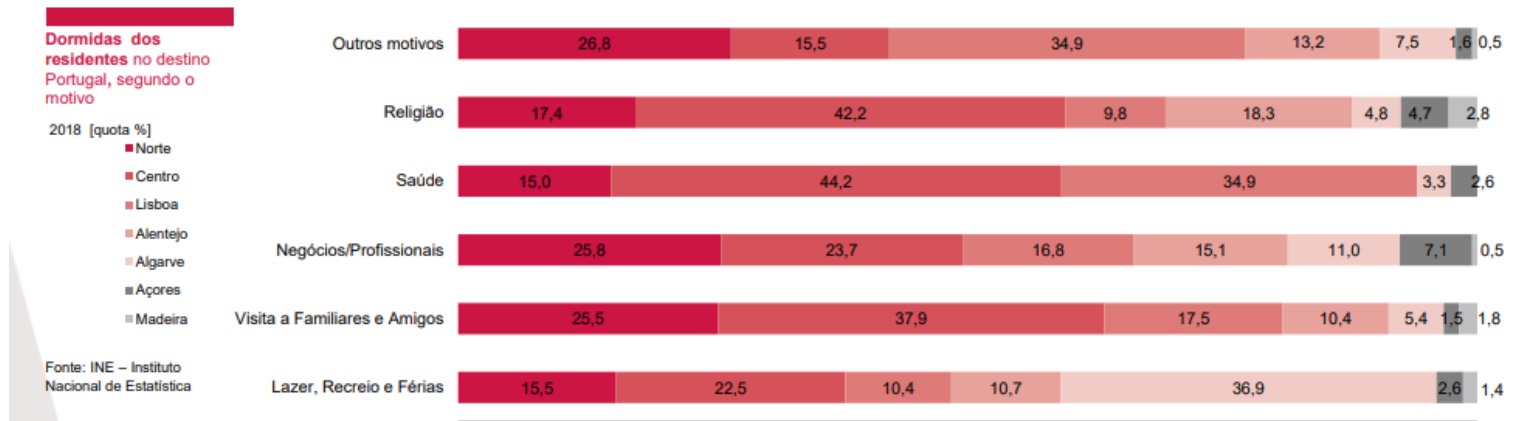


Tabela 18 Dormidas dos residentes em Portugal por motivo

Fonte: Turismo Interno Portugal, em INE 2018

O motivo para as dormidas dos residentes na região Norte deve-se, principalmente, à visita a familiares e amigos” (25,5%), negócios/profissionais (25,8%) e outros motivos (26,8%). No entanto, a quota relativa à religião, saúde e lazer, recreio e férias apresentam valores consideráveis (acima dos 15%) (tabela 18).

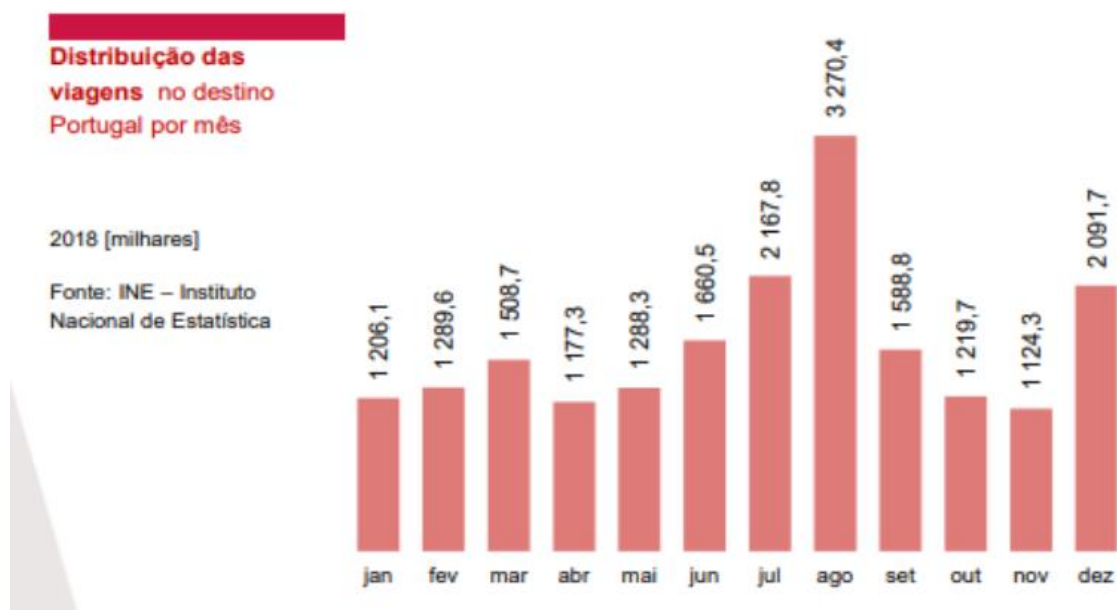


Tabela 19 Distribuição das viagens em Portugal

Fonte: Turismo Interno Portugal, em INE 2018

A tabela 19 descreve a sazonalidade em todo o território nacional, no ano de 2018, e comprova-se a maior concentração das viagens nos meses de verão. O aumento iniciou-se no mês

no junho (1 660,5), em agosto atingiu o pico (3 270, 4) e em setembro sofreu uma descida (1 588,8).

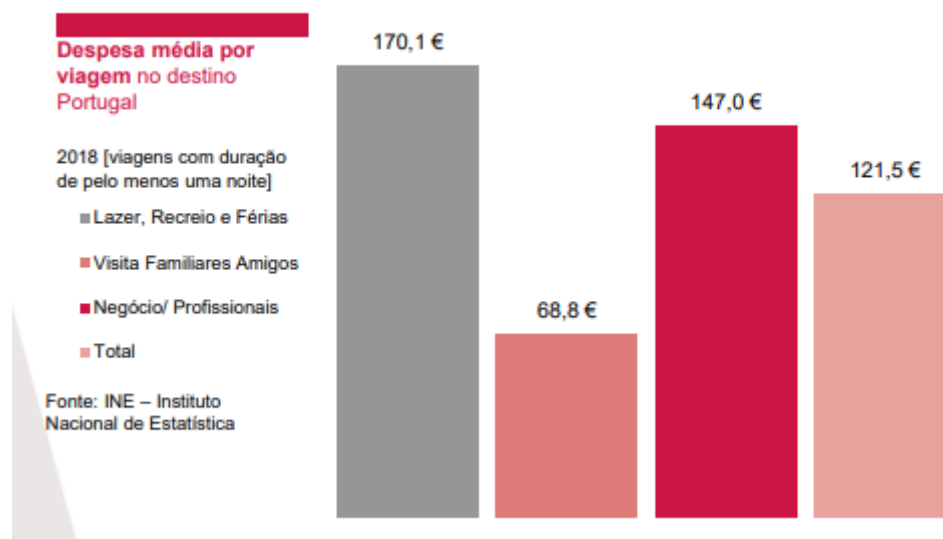


Tabela 20 Despesa média por viagem em Portugal

Fonte: Turismo Interno Portugal, em INE 2018

A tabela 20 revela que a despesa média por cada viagem de lazer, recreio e férias foi de 170,1€ e a visita a familiares e amigos de 68,8€. Os valores foram considerados para as viagens com duração de, pelo menos, uma noite e referem-se a Portugal.

De acordo com dados do Turismo em Portugal (2018), do Turismo de Portugal, os principais mercados emissores consideram-se os seguintes, comprovado pela tabela 21:

- Reino Unido (registra-se uma descida);
- Alemanha (observa-se uma ligeira descida);
- Espanha;
- França;
- Brasil (salienta-se o aumento).

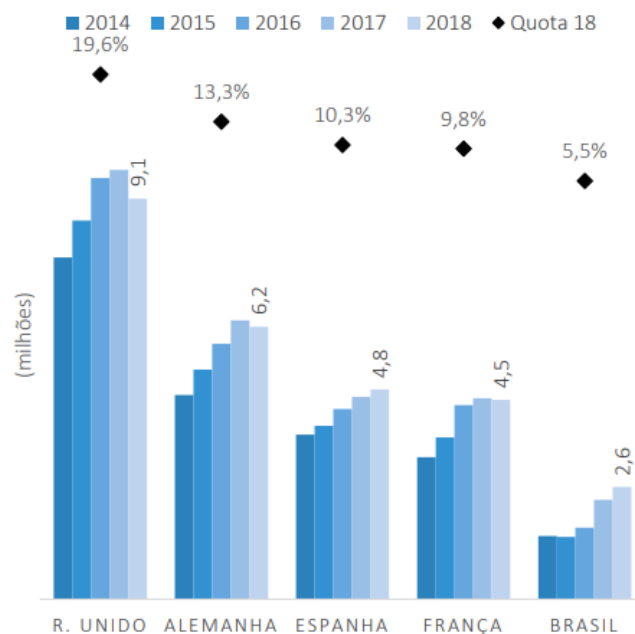


Tabela 21 Principais mercados emissores

Fonte: Turismo em Portugal, em INE 2018

A região Norte, regista uma quota de 21,1%, dos hóspedes e de 14,6% de dormidas, estando nas principais regiões de destino, juntamente com a Área Metropolitana de Lisboa e Algarve.

Constata-se que, relativamente aos hóspedes, ocorreu uma descida no número de noites dos estrangeiros. Da procura global, os estrangeiros, constituem 60,4%.

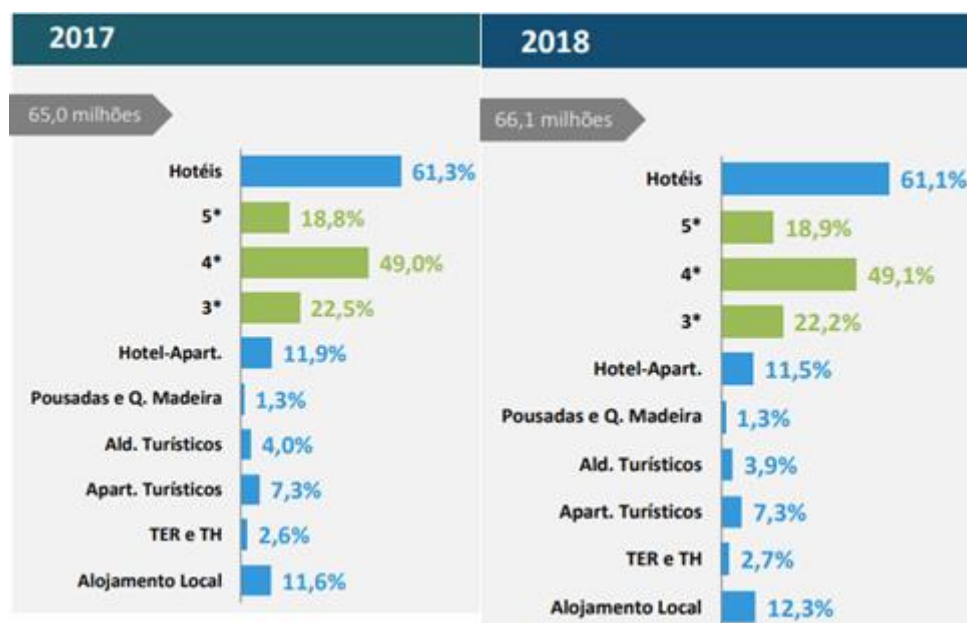


Tabela 22 Dormidas em Portugal

Fonte: Turismo em Portugal, em INE 2018

Para as dormidas os hotéis são, claramente, a preferência dos turistas. No entanto, é necessário salientar o aumento ocorrido no Turismo Espaço Rural (TER), do ano de 2017 para o de 2018, para todo o território nacional (tabela 22).

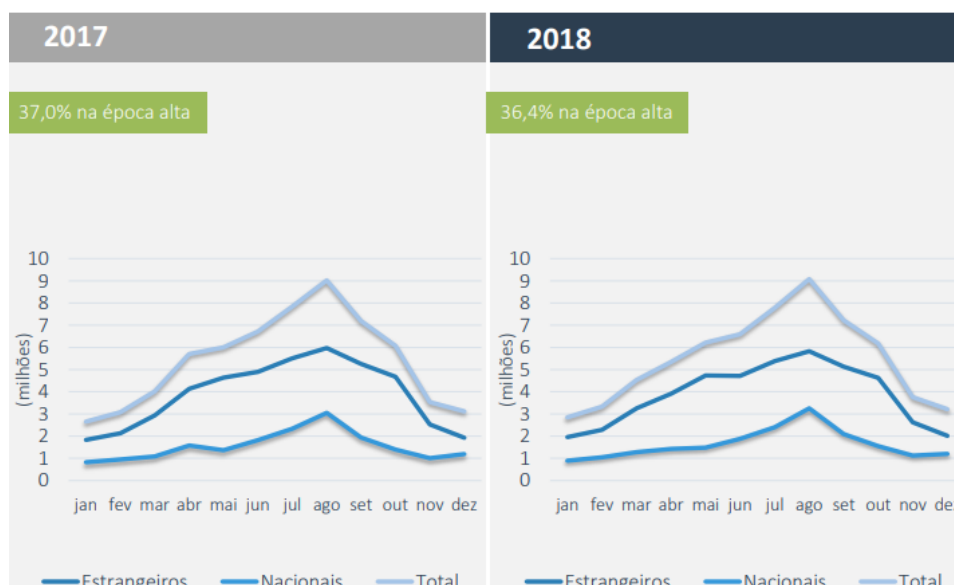


Tabela 23 Sazonalidade

Fonte: Turismo em Portugal, em INE 2018

Na tabela 23 relativa a sazonalidade, em Portugal, verifica-se uma ligeira descida no ano de 2018, comparativamente a 2017. Nos turistas nacionais a sazonalidade destaca-se, enquanto nos turistas internacionais não se encontra de forma delineada.

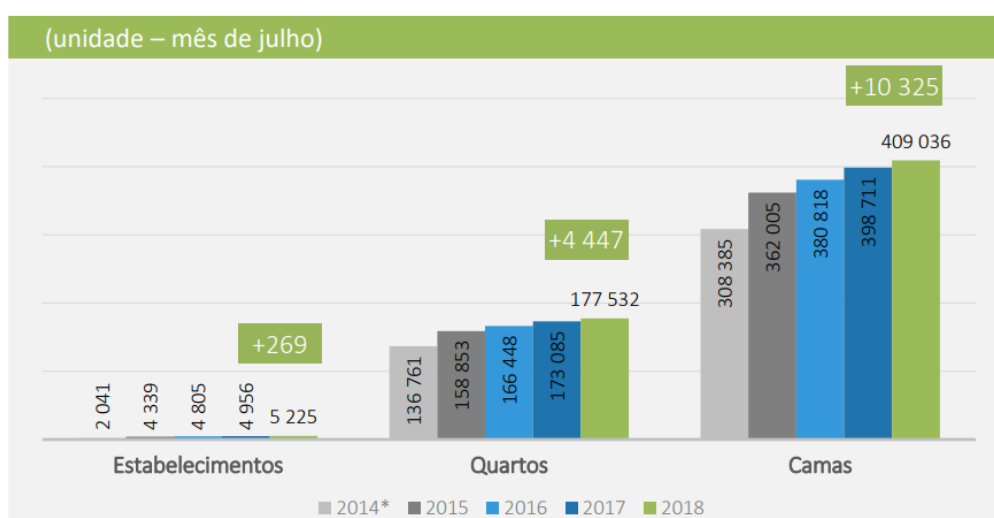


Tabela 24 Oferta em Portugal

Fonte: Turismo em Portugal, em INE 2018

A oferta, em Portugal, em 2018, aumentou em estabelecimentos, quartos e camas (inclui Turismo em Espaço Rural) (tabela 24).

Os dados seguintes correspondem ao Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação em Portugal (2017), disponibilizados pelo Turismo de Portugal. Assim, a oferta de alojamentos em espaço rural e em turismo de habitação foi composta por 1,4 mil estabelecimentos e 23,2 mil camas (82,2% centravam-se nas regiões do Norte, Centro e Alentejo). Os alojamentos mencionados receberam cerca de 795 mil hóspedes (+18,8% comparativamente a 2016) e geraram 1,7 milhões de dormidas, o que resultou em 94,7€ milhões de proveitos totais, com uma estada média de 2,1 noites. Os hóspedes residem, maioritariamente, em Portugal, correspondendo, também, à maioria das dormidas. Contudo, foram os estrangeiros que permaneceram mais tempo (média de 2,6 noites, relativamente a 1,9 dos que residem em Portugal).

As regiões do Norte (30,2%), Alentejo (24,8%) e Centro (22%) concentraram 77% das dormidas. Verificou-se que 77,7% do valor gerado correspondeu a estes destinos turísticos descritos.

Com o maior número de dormidas (542,2 mil) apresentaram-se os mercados da Alemanha, França, Espanha, Holanda e Reino Unido.

“A modalidade turismo no espaço rural e de habitação representou 2,6% das dormidas e dos proveitos que se registaram no total do alojamento turístico em Portugal” conforme referido no Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação em Portugal (2017).

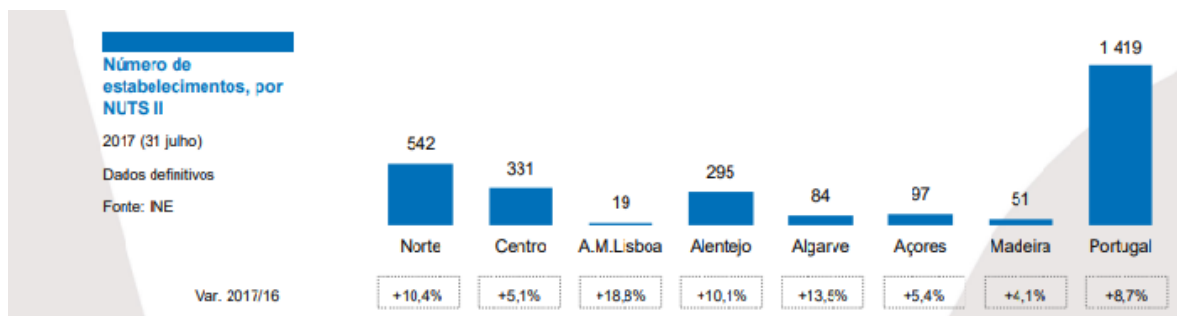


Tabela 25 Número de estabelecimentos por NUTS II

Fonte: Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação, em INE 2017

Verifica-se, através da tabela 25, que, em 2017, o Norte obteve o maior número de estabelecimentos.

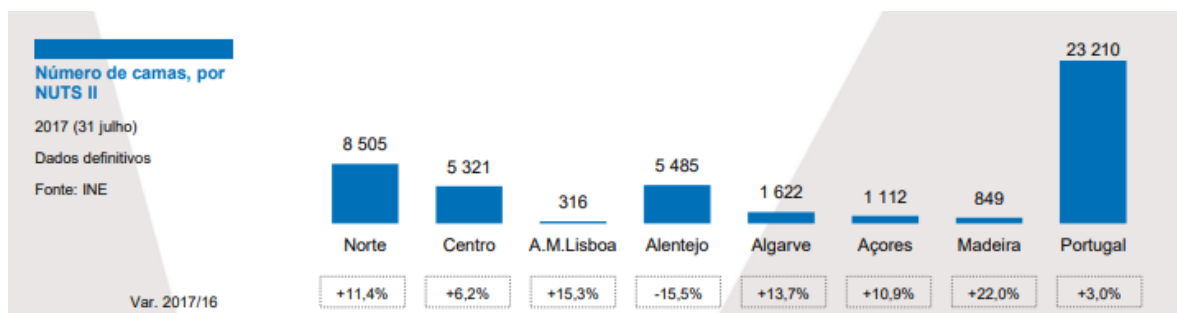


Tabela 26 Número de camas, NUTS II

Fonte: Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação, em INE 2017

Reconhece-se o Norte como a região com o maior número de camas, no ano de 2017 (tabela 26).

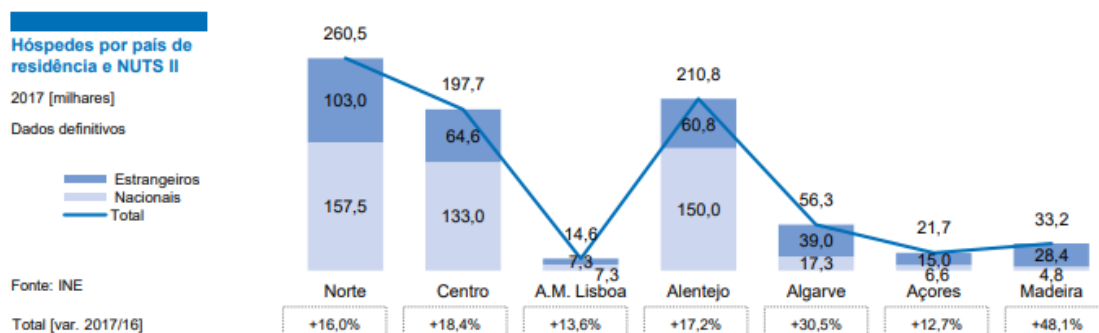


Tabela 27 Hóspedes por país de residência

Fonte: Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação, em INE 2017

Comprova-se, pela tabela 27, que o Norte recebe mais hóspedes nacionais (157,5 mil) que estrangeiros (103 mil).

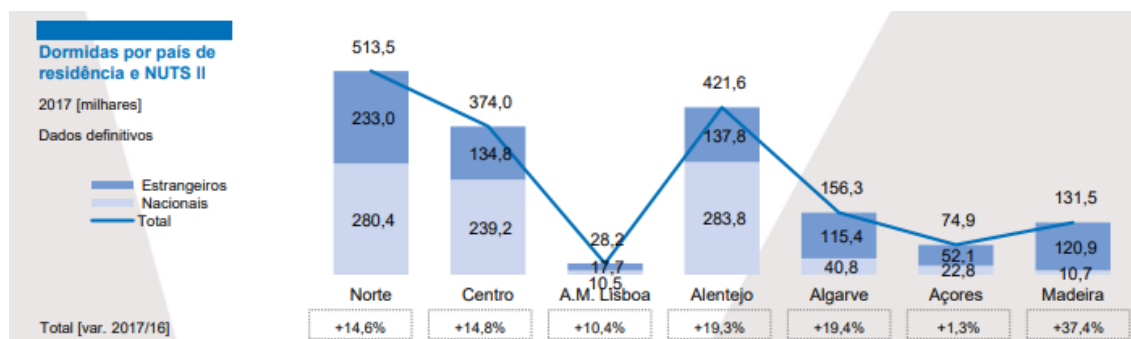


Tabela 28 Dormidas por país de residência, NUTS II

Fonte: Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação, em INE 2017

As dormidas nacionais, na região Norte, revelaram-se de 280,4 mil, enquanto que as dormidas estrangeiras foram de 233 mil (tabela 28).

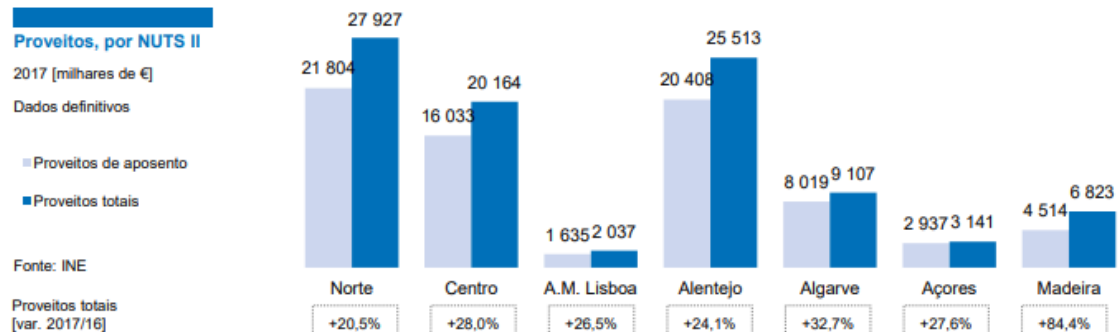


Tabela 29 Proveitos, NUTS II

Fonte: Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação, em INE 2017

Quanto aos proveitos por NUTS II o Norte obteve o maior valor, comparativamente com as outras regiões. A variação 2017/16 foi de +20,5% (tabela 29).

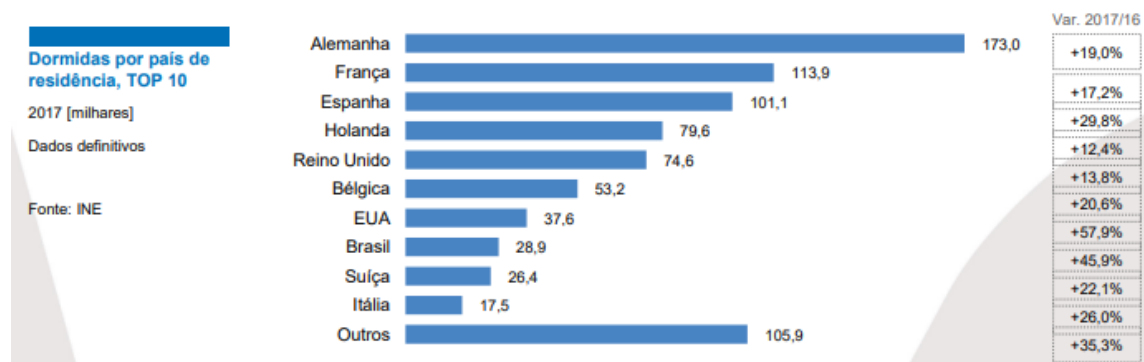


Tabela 30 Dormidas por residência, TOP 10

Fonte: Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação, em INE 2017

Em 2017 concluiu-se que 173 mil dormidas foram da Alemanha, seguida de França com 113,9 mil, Espanha com 101,1 mil, Holanda com 79,6 mil e para finalizar os principais mercados, o Reino Unido com 74,6 mil dormidas (tabela 30).

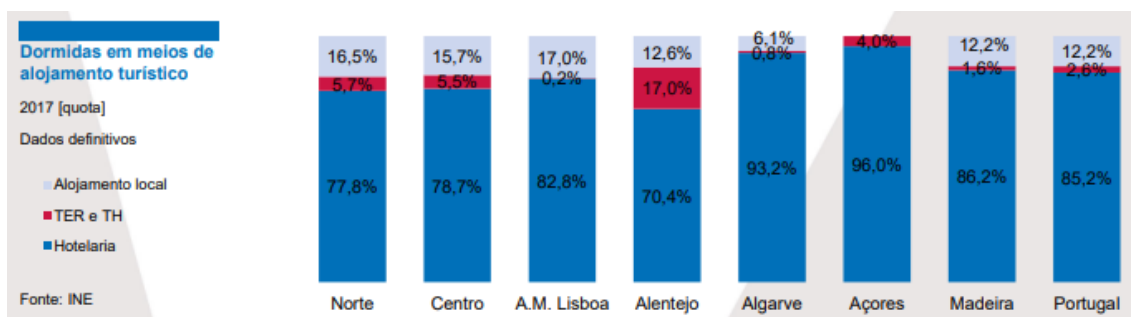


Tabela 31 Dormidas por alojamento turístico

Fonte: Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação, em INE 2017

No Norte a hotelaria evidenciou-se como a preferência para o alojamento (77,8%). O TER e TH alcançaram uma quota de 5,7% (tabela 31).

7.3 ANÁLISE SWOT

A análise SWOT divide-se em duas partes, a primeira corresponde ao nível interno, identificando os pontos fortes e fracos. A segunda parte respeita o nível externo e analisa oportunidades e ameaças. Considera-se esta análise essencial relativamente ao potencial da casa de campo e da empresa de animação turística.

ANÁLISE INTERNA	
Pontos Fortes	Pontos Fracos
Localização do empreendimento turístico, devido à calma da aldeia os hóspedes podem aproveitar o sossego e descansar junto da natureza;	Localização do empreendimento turístico, visto estar afastado dos principais centros de desenvolvimento turístico;
Parcerias locais, permitindo aos hóspedes usufruir de experiências ao longo do Douro;	Falta de disponibilização de refeições no empreendimento (à exceção do pequeno-almoço);
Serenidade da aldeia;	Falta de características arquitetónicas e patrimoniais diferenciadas que qualifiquem o empreendimento.
Paisagem a disfrutar da casa de campo – a casa localiza-se num terreno acentuado, o que permite disfrutar da vista do envolvente;	
Atividades de animação turística disponibilizadas associadas à agricultura;	
Experiência de praticar atividades características do país e da região;	
Alojamento e atividades de animação turística proporcionadas no mesmo local;	
Presença na <i>internet</i> – por exemplo <i>Booking</i> e <i>Facebook</i> para efetuar a promoção;	
Capacidade de receber no empreendimento pessoas de mobilidade reduzida, no piso inferior.	

Tabela 32 Análise SWOT

Fonte: Elaboração própria

ANÁLISE EXTERNA	
Oportunidades	Ameaças
Condições geográficas e paisagísticas propícias à prática de atividades de animação turística;	Crescimento de alojamentos na região Douro e concelho de Armamar, o que significa mais concorrência;
Crescimento de empresas turísticas no rio Douro para aumentar as parcerias, para melhorar a oferta turística aos hóspedes e visitantes;	Legislação com mais restrições e obrigações;
Turismo crescente no Douro;	Transporte público apenas à segunda-feira de Armamar para Passos e vice-versa.
Investimento e apoio ao turismo na região;	
Transporte público de Armamar para Passos e vice-versa, que possibilita receber hóspedes que não tenham viatura própria ou alugada.	

Tabela 33 Análise SWOT

Fonte: Elaboração Própria

Conclui-se, através da análise SWOT, que devem ser conjugados os pontos fortes e as oportunidades de forma a minimizar as ameaças e os efeitos dos pontos fracos.

7.4 PROMOÇÃO

Atualmente a internet e as redes sociais estão presentes no nosso quotidiano e fazem parte dos negócios. Assim, a presença nesses meios torna-se crucial para vender serviços/produtos e fidelizar clientes.

A estratégia de comercialização passa por ter um *website* próprio da “Casa da Terra, disponibilizando fotografias da casa de campo (interior e exterior), localização, contactos e espaço para efetuar reservas. O mesmo aplica-se às atividades de animação turística, ou seja, o *website* destina-se, também, à empresa de animação turística com a descrição das atividades e com a possibilidade de reservar a atividade pretendida.

Os canais de distribuição *Booking* e *Tripadvisor* são cruciais para atrair novos hóspedes, visto que constam opiniões, avaliações dos serviços e fotografias colocadas por hóspedes que frequentaram a casa de campo. Assim, será possível efetuar reservas a partir do *website* próprio

ou dos canais de distribuição. No entanto, as atividades de animação turística apenas estarão disponíveis, para reserva, através do *website*.

Pretende-se, também, a presença da casa de campo no *website* “Visit Portugal”, com o *link* direcionado para o *website* próprio, para mais informações ou, até mesmo, reservar.

Apresenta-se um exemplo de descrição para os canais de distribuição acima mencionados:

“Casa de campo com o total de 7 quartos, 2 pisos, área de estar ampla, mesa de refeições e cozinha equipada com capacidade para elaborar refeições e de receber 14 pessoas. Possibilidade de reserva de apenas um dos pisos ou da casa completa.

Piso superior com 5 quartos, 4 deles suítes, sala de estar e cozinha equipada, ideal para 10 pessoas.

Piso inferior com 2 quartos, cozinha equipada e sala de estar, adequado para 4 pessoas.

Disponibiliza wi-fi e parque de estacionamento privativo e gratuito.

No exterior encontra-se uma área partilhada com churrasqueira. Tem, também, uma adega para a prática da vindima.

Proporciona-se, aos hóspedes, a prática de atividades de animação turística nos terrenos circundantes, tais como apanha da uva e seu pisar, apanha da maçã, da castanha e da cereja. Atividades decorrentes da empresa de animação turística gerida pelo, também, empreendimento turístico.

O aeroporto Francisco Sá Carneiro encontra-se a 90 minutos de carro, Lamego e Peso da Régua a 20 minutos e Armamar a 10 minutos”.

Para um melhor destaque da casa de campo, tenciona-se que conste no *website* da Câmara Municipal de Armamar na secção “Alojamento – Casa de Campo”.

As redes sociais, nomeadamente o *Facebook* e *Instagram*, são um ponto a desenvolver com atualização constante. Seja associada à casa de campo, como à animação turística, de forma a publicitar.

A fase inicial da promoção, da “Casa da Terra”, na *internet* será com informação na língua oficial portuguesa e língua inglesa

As reservas da casa de campo adequam-se a grupos com um número de pessoas maior ou a famílias/grupos menores. Assim, em todos os meios de reservas estarão disponíveis as seguintes

opções: a casa na sua totalidade ou apenas um dos pisos, destacando a capacidade de o piso inferior estar adaptado a pessoas com mobilidade condicionada.

As parcerias locais entre a casa de campo e determinadas empresas de toda a região do Douro são importantes para dinamizar o destino e a oferta turística, aproveitando a potencialidade de ambos.

Pretende-se que os hóspedes, da “Casa da Terra”, possam aproveitar de um preço com desconto para visitar as caves do vinho do Porto e uma quinta característica das vinhas, participar em provas de vinhos e usufruir de um passeio de barco pelo rio Douro. No âmbito gastronómico preveem-se parcerias com três restaurantes típicos localizados nos centros de Armamar, Lamego e Régua. Assim, verifica-se que as parcerias promovem os principais elementos que distinguem o Douro, tais como, o rio Douro, as vinhas, a gastronomia e o vinho do Porto.

7.4.1 Mercado-Alvo

Após a análise de mercado e a elaboração da estratégia de promoção, os mercados-alvo identificados são o nacional e cinco estrangeiros.

O mercado nacional será o principal foco, dado que se apresenta com maior representatividade nos hóspedes e nas dormidas, comparativamente ao mercado estrangeiro. A “Casa da Terra” direciona-se a famílias e grupos que viajem em lazer.

No entanto, considera-se também importante promover, a casa de campo, para os seguintes mercados estrangeiros:

- Alemanha;
- França;
- Espanha;
- Reino Unido.

Estes foram os mercados que se apresentaram como os principais, no ano de 2018, para Portugal e constam, ainda, nas principais dormidas por residência no TER. À semelhança do mercado nacional, pretende-se cativar famílias e grupos que viagem em lazer.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

8.1 PRINCIPAIS CONCLUSÕES

O projeto encontra-se estruturado de forma a analisar-se, primeiramente, o plano global, desenvolvendo-se progressivamente os temas específicos essenciais. Desta forma, demonstrou-se, inicialmente, o potencial do pólo turístico Douro, próximo da localidade de Armamar - concelho onde será inserida a casa de campo. Descreveu-se a localização e desenvolveu-se o enquadramento legal necessário para o empreendimento turístico. Seguidamente, expôs-se a elaboração da casa, criou-se a empresa de animação turística, efetuou-se o estudo de viabilidade, identificou-se o financiamento necessário e desenvolveu-se a promoção do estabelecimento.

A simulação do projeto representou ser não só uma ferramenta de aprendizagem através da aplicação de vários estudos, de mercado, económico e financeiro, mais próximos da realidade como também serviu para o desenvolvimento do espírito empreendedor.

O progressivo crescimento do turismo em Portugal convida cada vez mais a criação de pequenos empreendedorismos que consigam colmatar a procura de um espaço mais isolado e compatível a grupos. Segundo a tabela 16, a região norte do país mostrou ser a terceira região onde ocorre o maior número de dormidas dos residentes, conseguindo ter o maior número para a tipologia de TER e TH. Apesar do aumento do número de dormidas observado nos dados relativos a 2017 e 2018 da tabela 22, investir em alojamentos TER e TH mostra ser uma oportunidade de investimento face à fraca oferta existente atualmente, cerca de 2,7% para o local do país com mais proveitos para este tipo de empreendedorismo, tabela 30. Simultaneamente, o progressivo desenvolvimento do produto turístico gastronomia e vinhos e fluvial na região do Douro, contribuirá para o aumento de procura de empreendimentos turísticos como também abrangerá outros segmentos de mercado. Conclui-se então a exequibilidade no desenvolvimento de um projeto de uma casa de campo.

Relativamente ao projeto desenvolvido, é importante considerar as medidas efetuadas face à concorrência. A possibilidade de dividir a casa em três seções, resultará na inclusão de três segmentos – grupos pequenos, médios e grandes, aumentando a possibilidade de volume de negócio. A abertura no mês de julho ocorre no prazo ideal para a entrada no mercado e comercialização deste tipo de negócio. As atividades de animação turística promovendo a agricultura local são, também, um fator de diferenciação comparativamente à concorrência.

Relativamente ao projeto existem riscos inerentes ao negócio e que podem dificultar a sua implementação.

A viabilidade do projeto é suportada pelos indicadores obtidos e analisados no Capítulo 6. O negócio revela ser eficiente, independente de terceiros, capaz de cumprir os seus compromissos a médio longo prazo e de baixo risco.

Assim, ao longo do desenvolvimento deste trabalho demonstrou-se que são viáveis a criação e a gestão de uma casa de campo na região da zona do Douro.

8.2 LIMITAÇÕES E DIFICULDADES

A ausência de dados recentes, atualizados e concretos sobre os empreendimentos de turismo em espaço rural, sobretudo os localizados na região e que constituem a concorrência direta deste projeto, relativamente a estudos de mercado e a taxas de ocupação, limitaram a precisão do estudo de viabilidade económica e do plano financeiro.

8.3 DESENVOLVIMENTO FUTURO

Futuramente, o crescimento do projeto será por via de um aumento e desenvolvimento das atividades de animação turística, abrangendo outros terrenos, noutros locais de Armamar, com disponibilidade de albergar mais participantes. A “Casa da Terra” prevê disponibilizar um veículo automóvel de nove lugares, que fará a viagem de/para as atividades. Realça-se que, como não será um veículo superior a nove lugares, não será necessário obter uma licença de transportador público rodoviário.

A “Casa da Terra” disponibilizará informação em francês, espanhol e alemão e estará presente em mais canais de distribuição, como o *Airbnb*.

As parcerias consideram-se, também, importantes prevendo o alargamento das mesmas para oferecer maior diversidade aos hóspedes, apostando sobretudo nas rotas turísticas que envolvam visitar os patrimónios natural e arqueológico e o conhecimento aprofundado da cultura local.

Outros processos de valorização da casa serão implementados tal como a construção de uma piscina e a instalação de painéis fotovoltaicos que não só reduzirão os custos da eletricidade, contribuindo para uma maior independência da rede elétrica, como diminuirão a pegada ecológica.

A sustentabilidade será, então, um fator importante a desenvolver associada à reciclagem e à consciencialização da poupança de água dos hóspedes aquando da estada. O desenvolvimento da compostagem do lixo orgânico, que poderá servir para a agricultura, considera-se relevante, dadas as atividades de animação turística disponibilizadas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Duarte, C. e Esperança, J. (2014). *Empreendedorismo e Planeamento Financeiro*. 2ª ed. Lisboa: Edições Sílabo, pp.193-230.
- FJ, Finanças e Justiça (2019): Portaria n.º 201-A/2019, de 1 de julho. Diário da República n.º 123/2019, 1º Suplemento, Série I de 2019-07-01.
- MEI, Ministério da Economia e Inovação (2008): Decreto-lei n.º 39/2008, de 7 de março. Diário da República n.º 48/2008, Série I de 2008-03-07.
- MEI, Ministério da Economia e Inovação (2009): Decreto-lei n.º 108/2009, de 15 de maio. Diário da República n.º 94/2009, Série I de 2009-05-15.
- MEIDAOT, Ministério da Economia, da Inovação e do Desenvolvimento e do Ambiente e do Ordenamento do Território (2010): Portaria n.º 1173/2010, de 15 de novembro. Diário da República n.º 221/2010, Série I de 2010-11-15.
- MEPAT, Ministério do Equipamento, do Planeamento e da Administração do Território (1999): Decreto-lei n.º 555/99, de 16 de dezembro. Diário da República n.º 291/1999, Série I-A de 1999-12-16.
- PCMMEIADRP, Presidência do Conselho de Ministros e Ministérios da Economia e da Inovação e da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas (2008): Portaria n.º 937/2008, de 20 de agosto. Diário da República n.º 160/2008, Série I de 2008-08-20.

WEBGRAFIA

- Azevedo, D. (2018). *Património Mundial da UNESCO Espalhado pelo Douro*. Douro Blog. [online] Cruzeiros Douro. Disponível em <http://www.cruzeiros-douro.pt/pt/douro-blog/20181/patrimonio-mundial-no-douro/>. [Consultado 18 abr. 2019]
- Booking. (n.d.). *Casa da Fonte, Tarouca, Portugal*. [online] Disponível em https://www.booking.com/hotel/pt/casa-da-fonte-tarouca.pt-pt.html?aid=356980&label=gog235jc-1DCAMYlgQouwFCB2FybWFtYXJlH1gDaLsBiAEBmAEfuAEXyAEM2AED6AEB-AECiAIBqAIDuALmzM3sBcACAQ&sid=50f37ca93059267eef596def3fc79b85&all_sr_blocks=403791501_194636657_2_0_0&checkin=2020-01-05&checkout=2020-01-12&group_adults=2&group_children=0&hapos=2&highlighted_blocks=403791501_194636657_2_0_0&hpos=2&no_rooms=1&sr_order=distance_from_search&sreporch=1569942495&srpv_id=7e096a6f9f4c0082&ucfs=1&bhgwe_cep=1&from=searchresults;highlight_room=#hotelTmp1. [Consultado 1 out. 2019]

Booking. (n.d.). *Casa do Lagar, Armamar, Portugal*. [online] Disponível em <https://www.booking.com/hotel/pt/casa-do-lagar-armamar.pt-pt.html#tab-main>. [Consultado 24 out. 2019]

Booking. (n.d.). *Gojim Casa Rural, Armamar, Portugal*. [online] Disponível em <https://www.booking.com/hotel/pt/quintinha-mestre-alves.pt-pt.html>. [Consultado 5 Oct. 2019]

Booking. (n.d.). *Outros Tempos, Portugal*. [online] Disponível em https://www.booking.com/hotel/pt/outros-tempos.pt-pt.html?aid=356980;label=gog235jc-1DCAsouwFCDW91dHJvcy10ZW1wb3NIH1gDaLsBiAEBmAEfuAEXyAEM2AED6AEB-AECiAIBqAIDuAK736XvBcACAQ;sid=ebb7a44b826c484f8400137ec9fde87c;all_sr_blocks=17843210_105271903_0_34_0;checkin=2020-08-10;checkout=2020-08-12;dest_id=-2158603;dest_type=city;dist=0;group_adults=2;group_children=0;hapos=1;highlighted_blocks=17843210_105271903_0_34_0;hpos=1;no_rooms=1;room1=A%2CA;sb_price_type=total;sr_order=popularity;sreepoch=1575580002;srpvid=430094710788001f;type=total;ucfs=1&#hotelTmpl. [Consultado 5 dez. 2019]

Booking. (n.d.). *Quinta dos Morangueiros, Armamar, Portugal*. [online] Disponível em https://www.booking.com/hotel/pt/quinta-dos-morangueiros.pt-pt.html?aid=356980;label=gog235jc-1FCAsouwFCF3F1aW50YS1kb3MtbW9yYW5ndWVpcm9zSB9YA2i7AYgBAZgBH7gBF8gBDNgBAegBAfgBAogCAagCA7gCiYbt7AXAAgE;sid=50f37ca93059267eef596def3fc79b85;all_sr_blocks=488396301_161515142_12_0_0;bhgwe_cep=1;checkin=2020-07-07;checkout=2020-07-11;dest_id=-2158632;dest_type=city;dist=0;group_adults=2;group_children=0;hapos=1;highlighted_blocks=488396301_161515142_12_0_0;hp_group_set=0;hpos=1;no_rooms=1;room1=A%2CA;sb_price_type=total;sr_order=popularity;sreepoch=1570456860;srpvid=b705628eabbbf0083;type=total;ucfs=1&. [Consultado 7 oct. 2019]

Câmara Municipal de Armamar. (2013). *Castro de Goujoim classificado Sítio de Interesse Público — Armamar - Terra de Emoções*. [online] Disponível em <http://www.cm-armamar.pt/noticias/noticias/castro-de-goujoim-classificado-sitio-de-interesse-publico> [Consultado 12 ago. 2019].

Câmara Municipal de Armamar. (n.d.). *Casas de Campo*. [online] Disponível em <https://www.cm-armamar.pt/pages/649>. [Consultado 5 dez. 2019]

Câmara Municipal de Armamar. (n.d.). *Património Natural — Armamar - Terra de Emoções*. [online] Disponível em <http://www.cm-armamar.pt/turismo/patrimonio-natural>. [Consultado 2 ago. 2019]

Câmara Municipal de Armamar. (n.d.). *Património Religioso*. [online] Disponível em <http://www.cm-armamar.pt/turismo/patrimonio-historico/patrimonio-religioso>. [Consultado 17 jul. 2019]

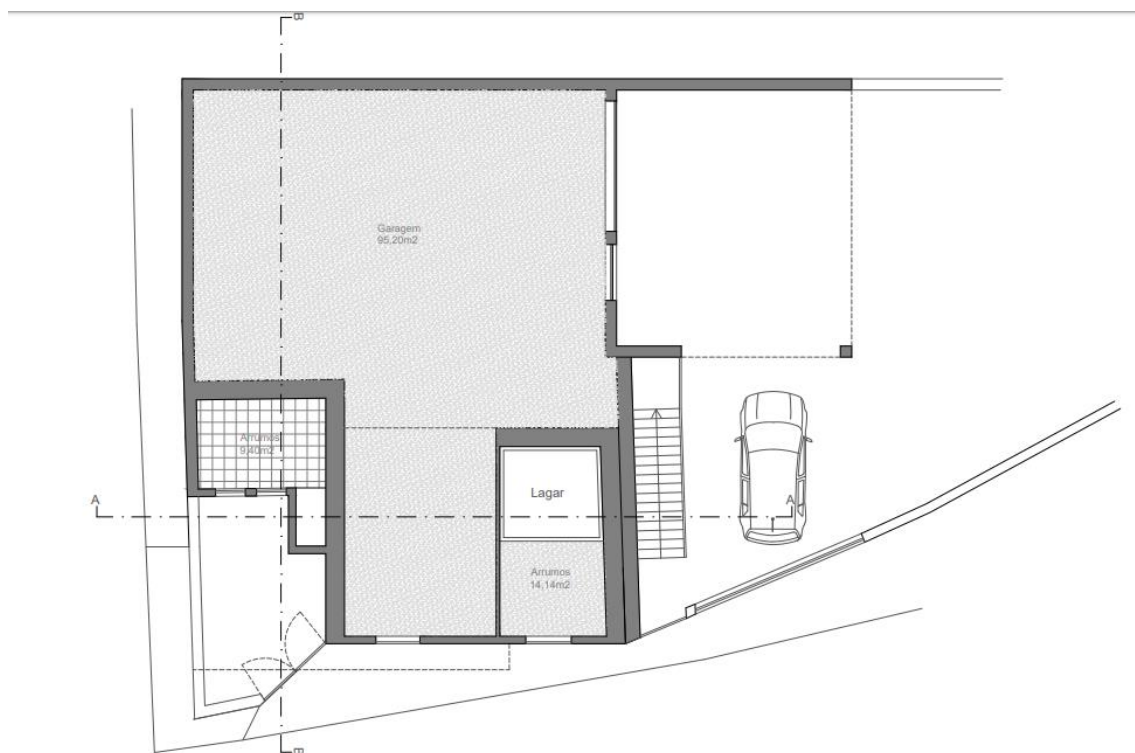
- Câmara Municipal de Armamar. (n.d.). *Douro Património Mundial — Armamar - Terra de Emoções*. [online] Disponível em <http://www.cm-armamar.pt/turismo/patrimonio-natural>. [Consultado 16 jul. 2019]
- Câmara Municipal de Armamar. (n.d.). *Património arqueológico — Armamar - Terra de Emoções*. [online] Disponível em <http://www.cm-armamar.pt/turismo/patrimonio-historico>. [Consultado 10 ago. 2019]
- Casa da Fonte. (n.d.). *Casa da Fonte*. [online] Disponível em <http://casadafonte-douro.pt/pt/>. [Consultado 1 out. 2019]
- Direção Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural (n.d.). *O Interesse pelo Turismo no Espaço Rural*. [online] Disponível em <https://www.dgadr.gov.pt/diversificacao/turismo-rural/o-interesse-pelo-turismo-no-espaco-rural>. [Consultado 18 fev. 2019]
- Estratégia Integrada de Desenvolvimento Territorial da Região do Douro. (2015). [PDF] Disponível em https://norte2020.pt/sites/default/files/public/uploads/programa/EIDT-99-2014-01-020_Douro.pdf. [Consultado 2 ago. 2019]
- Gojim Casa Rural. (n.d.). *Gojim Casa Rural - Turismo Rural*. [online] Disponível em <https://www.gojimcasarural.com/pt-pt/dormidas>. [Consultado 7 out. 2019]
- Guia da Cidade. (n.d.). *Cascata de Misarela*. [online] Disponível em <https://www.guiadacidade.pt/pt/poi-cascata-de-misarela-20865>. [Consultado 12 ago. 2019]
- Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação. (n.d.). *Ferramenta de Avaliação de Projetos de Investimento*. [online] Disponível em https://www.iapmei.pt/getattachment/PRODUTOS-E-SERVICOS/Assistencia-Tecnica-e-Formacao/Ferramentas/Ferramenta-de-Avaliacao-de-Projetos-de-Investment/Finicia_pn_v-2016-1-5-anos-27-jul-Final.xls.aspx. [Consultado 27 out. 2019]
- Notícias de Lamego. (2019). *Programa das Festas de Nossa Senhora dos Remédios – 2019 – Lamego*. [online] Disponível em <http://noticiasdelamego.com/2019/08/programa-das-festas-de-nossa-senhora-dos-remedios-2019-lamego/>. [Consultado 15 out. 2019]
- Observatório. (n.d.). *Download*. [online] Disponível em <http://www.observatorio.pt/download.php?id=685>. [Consultado 3 nov. 2019]
- Outros Tempos. (n.d.). *Casas*. [online] Disponível em <http://www.outrostempos.com/casas>. [Consultado 5 dez. 2019]
- Porto e Norte. (n.d.). *Miradouro e Ermida de São Domingos*. [online] Disponível em <http://www.portoenorte.pt/pt/o-que-fazer/miradouro-e-ermida-de-sao-domingos/>. [Consultado 15 ago. 2019]
- Porto e Norte. (n.d.). *Armamar concelho*. [online] Disponível em <http://www.portoenorte.pt/pt/o-que-fazer/miradouro-da-misarela/>. [Consultado 13 ago. 2019]
- Porto e Norte. (n.d.). *Castro de Goujoim - O que fazer*. [online] Disponível em <http://www.portoenorte.pt/pt/o-que-fazer/castro-de-goujoim/>. [Consultado 13 nov. 2019]

- Quinta de Silvares (n.d.). *Casa*. [online] Disponível em <http://www.quintadesilvares.com/casa.htm>. [Consultado 1 out. 2019]
- Relatório Final Plano Diretor Municipal. (2015). [PDF] Disponível em <http://www.cm-armamar.pt/areas-atuacao/ordenamento-do-territorio/relatorio-final-plano-diretor-municipal>. [Consultado 26 ago. 2019]
- TripAdvisor. (n.d.). *QUINTA DE SILVARES (ARMAMAR): 13 fotos e avaliações - TripAdvisor*. [online] Disponível em https://www.tripadvisor.pt/Hotel_Review-g1178663-d3846342-Reviews-Quinta_de_Silvares-Armamar_Viseu_District_Northern_Portugal.html. [Consultado 7 out. 2019]
- Turismo de Portugal. (n.d.). *Taxas de Ocupação*. [online] Disponível em <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/PowerBI/taxas-de-ocupacao.aspx>. [Consultado 25 out. 2019]
- Turismo em Números julho 2019. (2019). [PDF] Disponível em <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/Turismo%20em%20Portugal/turismo-em-numeros-julho-2019.pdf>. [Consultado 28 out. 2019]
- Turismo em Portugal 2018. (n.d.) [PDF] Disponível em <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/Turismo%20em%20Portugal/turismo-em-portugal-2018.pdf>. [Consultado 26 ago. 2019]
- Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação em Portugal. (2018). [PDF] Disponível em <http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/Alojamento/Turismo%20no%20Espa%C3%A7o%20Rural/ter-th-em-portugal-2017.pdf>. [Consultado 28 out. 2019]
- UNESCO. (n.d.). *Alto Douro Wine Region*. [online] Disponível em <http://whc.unesco.org/en/list/1046>. [Consultado 8 ago. 2019]
- Visit Portugal. (n.d.). *Quinta dos Morangueiros*. [online] Disponível em <https://www.visitportugal.com/pt-pt/content/quinta-dos-morangueiros>. [Consultado 7 Oct. 2019]
- Visit Portugal. (n.d.). *Vale do Douro*. [online] Disponível em <https://www.visitportugal.com/pt-pt/content/vale-do-douro>. [Consultado 16 jul. 2019]
- Visitar Portugal. (n.d.). *Armamar concelho*. [online] Disponível em <https://www.visitarportugal.pt/d-viseu/c-armamar>. [Consultado 5 nov. 2019]
- População Distrito de Viseu. (n.d.). *Armamar*. [online] Disponível em <https://populacaodistritodeviseu.jimdo.com/armamar/>. [Consultado 5 nov. 2019]

ANEXOS

ANEXO I

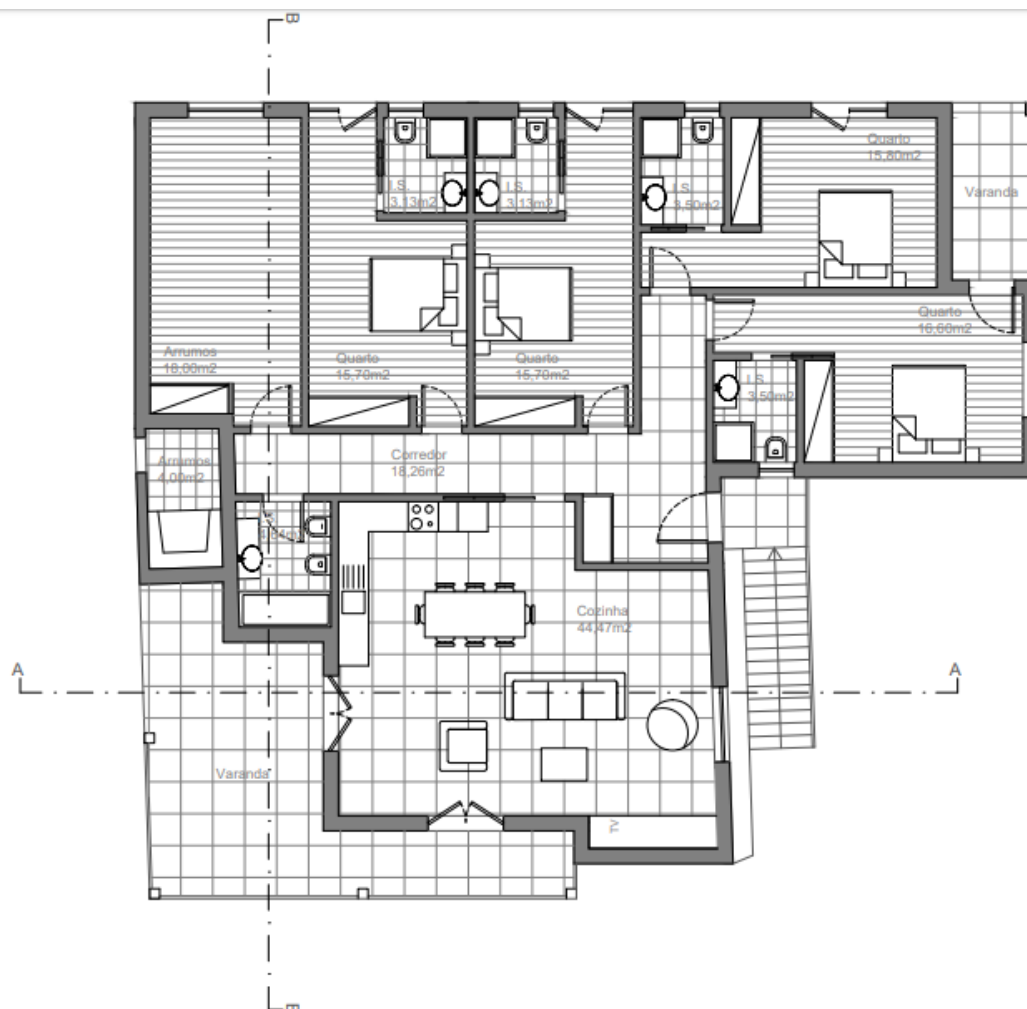
Planta piso inferior:



Fonte: Arquiteta Helena Guerra

ANEXO II

Planta piso superior:



Fonte: Arquiteta Helena Guerra

ANEXO III

Exemplo cartão de visita:



Fonte: Elaboração própria

ANEXO IV

Exemplo de inquérito de satisfação:

Ex.mo(a). Sr.(^a)

Agradecemos a preferência pelo nosso empreendimento turístico em espaço rural.

De forma a melhorarmos os nossos serviços e proporcionarmos uma experiência melhor aos nossos hóspedes, gostaríamos que respondesse a este inquérito para nos dar a sua opinião.

1. Esta é a primeira vez no empreendimento turístico “Casa da Terra”?

☐

Sim

☐

Não

2. Se não é a primeira vez no alojamento, quantas vezes já o visitou?

☐

1x – 5x

☐

6x – 10x

☐

+ 10x

3. Através de que meio teve conhecimento do alojamento?

☐

“Passa-a-palavra”

☐

Booking

☐ Facebook

Outro: _____

4. Qual o motivo da sua estada?

☐ Lazer, férias e recreio

☐ Visita a familiares e amigos

☐ Negócios

Outro: _____

5. Qual o meio de transporte utilizado para a deslocação?

☐ Veículo próprio

☐ Veículo alugado

Outro: _____

6. Dê-nos a sua opinião:

Agradecemos a sua colaboração!

Fonte: Elaboração própria

ANEXO V

Exemplo de carta a enviar a operadores turísticos para parcerias locais:

Ex.mo(a). Sr.(^a)

Armamar, 1 de julho de 2020

Assunto: Proposta para parceria

A administração da Casa da Terra vem por este meio informá-lo(a) da abertura de um empreendimento turístico em espaço rural, na aldeia de Passos, em Armamar.

Posto isto, a administração pretende propor-lhe uma parceria que torne as experiências dos hóspedes autêntica. De forma, também, a dinamizar a sua empresa.

A administração,

Casa da Terra

Fonte: Elaboração própria

ANEXO VI

Fundo maneo:

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Necessidades Fundo Maneio						
Reserva Segurança Tesouraria	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Clientes						
Inventários						
Estado	1 159					
.						
.						
TOTAL	6 159	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Recursos Fundo Maneio						
Fornecedores	463	930	933	937	941	946
Estado	199	754	811	872	937	1 008
.						
TOTAL	662	1 684	1 744	1 809	1 878	1 954
Fundo Maneio Necessário	5 496	3 316	3 256	3 191	3 122	3 046
Investimento em Fundo de Maneio	5 496	-2 180	-60	-65	-70	-75
<i>* A considerar caso seja necessário</i>						
ESTADO	-960	754	811	872	937	1 008
SS	139,00	278,00	278,00	278,00	278,00	278,00
IRS	60,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
IVA	-1 158,52	355,94	412,61	473,65	539,44	610,37

Fonte: Elaboração própria em IAPMEI

ANEXO VII

Investimento:

Investimento por ano	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Propriedades de investimento						
Terrenos e recursos naturais						
Edifícios e Outras construções						
Outras propriedades de investimento						
Total propriedades de investimento						
Activos fixos tangíveis						
Terrenos e Recursos Naturais						
Edifícios e Outras Construções	17 000					
Equipamento Básico	23 000					
Equipamento de Transporte						
Equipamento Administrativo						
Equipamentos biológicos						
Outros activos fixos tangíveis						
Total Activos Fixos Tangíveis	40 000					
Activos Intangíveis						
Goodwill						
Projectos de desenvolvimento						
Programas de computador						
Propriedade industrial						
Outros activos intangíveis						
Total Activos Intangíveis						
Total Investimento	40 000					
IVA	23%	5 290				
Valores Acumulados	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Propriedades de investimento						
Terrenos e recursos naturais						
Edifícios e Outras construções						
Outras propriedades de investimento						
Total propriedades de investimento						
Activos fixos tangíveis						
Terrenos e Recursos Naturais						
Edifícios e Outras Construções	17 000	17 000	17 000	17 000	17 000	17 000
Equipamento Básico	23 000	23 000	23 000	23 000	23 000	23 000
Equipamento de Transporte						
Equipamento Administrativo						
Equipamentos biológicos						
Outros activos fixos tangíveis						
Total Activos Fixos Tangíveis	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000
Activos Intangíveis						
Goodwill						
Projectos de desenvolvimento						
Programas de computador						
Propriedade industrial						
Outros activos intangíveis						
Total Activos Intangíveis						
Total	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000

Taxas de Depreciações e amortizações	
Propriedades de investimento	
Edifícios e Outras construções	4,00%
Outras propriedades de investimento	20,00%
Activos fixos tangíveis	
Edifícios e Outras Construções	10,00%
Equipamento Básico	12,50%
Equipamento de Transporte	25,00%
Equipamento Administrativo	20,00%
Equipamentos biológicos	20,00%
Outros activos fixos tangíveis	20,00%
Activos Intangíveis	
Projectos de desenvolvimento	33,333%
Programas de computador	33,333%
Propriedade industrial	20,000%
Outros activos intangíveis	33,333%
N.º meses actividade primeiro ano	
6	

Total Depreciações & Amortizações	2 288	4 575	4 575	4 575	4 575	4 575
--	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Depreciações & Amortizações acumuladas	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Propriedades de investimento						
Activos fixos tangíveis	2 288	6 863	11 438	16 013	20 588	25 163
Activos Intangíveis						
TOTAL	2 288	6 863	11 438	16 013	20 588	25 163

Valores Balanço	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Propriedades de investimento						
Activos fixos tangíveis	37 713	33 138	28 563	23 988	19 413	14 838
Activos Intangíveis						
TOTAL	37 713	33 138	28 563	23 988	19 413	14 838

Fonte: Elaboração própria em IAPMEI

ANEXO VIII

Financiamento:

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Investimento	45 496	-2 180	-60	-65	-70	-75
Margem de segurança						
Necessidades de financiamento	45 500	-2 200	-100	-100	-100	-100
Fontes de Financiamento	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Meios Libertos	5 463	7 901	8 320	10 397	12 665	15 142
Capital	250 000					
Outros instrumentos de capital						
Empréstimos de Sócios						
Financiamento bancário e outras Inst. Crédito	40 000					
Subsídios						
TOTAL	295 463	7 901	8 320	10 397	12 665	15 142
N.º de anos reembolso	7,00					
Taxa de juro associada						
N.º anos de carência	2,00					
2020						
Capital em dívida (início período)	40 000	40 000	40 000	40 000	34 286	28 571
Taxa de Juro						
Juro Anual						
Reembolso Anual				5 714	5 714	5 714
Imposto Selo (0,4%)						
Serviço da dívida				5 714	5 714	5 714
Valor em dívida	40 000	40 000	40 000	34 286	28 571	22 857
Capital em dívida	40 000	40 000	40 000	34 286	28 571	22 857
Juros pagos com Imposto Selo incluído						
Reembolso				5 714	5 714	5 714

Fonte: Elaboração própria em IAPMEI

ANEXO IX

Ponto Crítico:

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Vendas e serviços prestados	14 400,00	30 780,00	33 408,00	36 276,30	39 407,81	42 827,65
Variação nos inventários da produção						
CMVMC						
FSE Variáveis	551,70	1 133,10	1 165,77	1 201,71	1 241,24	1 284,72
Margem Bruta de Contribuição	13 848,30	29 646,90	32 242,23	35 074,59	38 166,57	41 542,93
Ponto Crítico	9 664,57	25 466,08	27 467,06	27 416,82	27 370,70	27 328,38

Fonte: Elaboração própria em IAPMEI

ANEXO X

Demonstração de resultados previsional:

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Vendas e serviços prestados	14 400	30 780	33 408	36 276	39 408	42 828
Subsídios à Exploração						
Ganhos/perdas imputados de subsidiárias, associadas e empreendimentos conjuntos						
Variação nos inventários da produção						
Trabalhos para a própria entidade						
CMVMC						
Fornecimento e serviços externos	4 589	9 207	9 239	9 275	9 315	9 358
Gastos com o pessoal	2 970	11 880	13 860	13 860	13 860	13 860
Imparidade de inventários (perdas/reversões)						
Imparidade de dívidas a receber (perdas/reversões)	321	683	740	803	871	945
Provisões (aumentos/reduções)						
Imparidade de investimentos não depreciáveis/amortizáveis (perdas/reversões)						
Aumentos/reduções de justo valor						
Outros rendimentos e ganhos						
Outros gastos e perdas						
EBITDA (Resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos)	6 521	9 010	9 568	12 338	15 362	18 664
Gastos/reversões de depreciação e amortização	2 288	4 575	4 575	4 575	4 575	4 575
Imparidade de activos depreciáveis/amortizáveis (perdas/reversões)						
EBIT (Resultado Operacional)	4 233	4 435	4 993	7 763	10 787	14 089
Juros e rendimentos similares obtidos						
Juros e gastos similares suportados						
RESULTADO ANTES DE IMPOSTOS	4 233	4 435	4 993	7 763	10 787	14 089
Imposto sobre o rendimento do período	1 058	1 109	1 248	1 941	2 697	3 522
RESULTADO LÍQUIDO DO PERÍODO	3 175	3 326	3 745	5 822	8 090	10 567

Fonte: Elaboração própria em IAPMEI

ANEXO XI

Mapa cash flow:

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Meios Libertos do Projecto						
Resultados Operacionais (EBIT) x (1-IRC)	3 175	3 326	3 745	5 822	8 090	10 567
Depreciações e amortizações	2 288	4 575	4 575	4 575	4 575	4 575
Provisões do exercício						
	5 463	7 901	8 320	10 397	12 665	15 142
Investim./Desinvest. em Fundo Maneio						
Fundo de Maneio	-5 496	2 180	60	65	70	75
CASH FLOW de Exploração	-33	10 081	8 380	10 462	12 735	15 217
Investim./Desinvest. em Capital Fixo						
Capital Fixo	-40 000					
Free cash-flow	-40 033	10 081	8 380	10 462	12 735	15 217
CASH FLOW acumulado	-40 033	-29 952	-21 572	-11 110	1 625	16 842

Fonte: Elaboração própria em IAPMEI

ANEXO XII

Plano financeiro:

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
ORIGENS DE FUNDOS						
Meios Libertos Brutos	6 842	9 693	10 309	13 141	16 233	19 609
Capital Social (entrada de fundos)	250 000					
Outros instrumentos de capital						
Empréstimos Obtidos	40 000					
Desinvest. em Capital Fixo						
Desinvest. em FMN		2 180	60	65	70	75
Proveitos Financeiros						
Total das Origens	296 842	11 873	10 369	13 206	16 303	19 685
APLICAÇÕES DE FUNDOS						
Inv. Capital Fixo	40 000					
Inv Fundo de Maneio	5 496					
Imposto sobre os Lucros		1 058	1 109	1 248	1 941	2 697
Pagamento de Dividendos						
Reembolso de Empréstimos				5 714	5 714	5 714
Encargos Financeiros						
Total das Aplicações	45 496	1 058	1 109	6 963	7 655	8 411
Saldo de Tesouraria Anual	251 345	10 815	9 260	6 243	8 648	11 274
Saldo de Tesouraria Acumulado	251 345	262 160	271 420	277 663	286 311	297 585
Aplicações / Empréstimo Curto Prazo	251 345	262 160	271 420	277 663	286 311	

Fonte: Elaboração própria em IAPMEI

ANEXO XIII

Balanço:

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
ACTIVO						
Activo Não Corrente	37 713	33 138	28 563	23 988	19 413	14 838
Activos fixos tangíveis	37 713	33 138	28 563	23 988	19 413	14 838
Propriedades de investimento						
Activos Intangíveis						
Investimentos financeiros						
Activo corrente	257 183	266 157	274 676	280 116	287 893	637
Inventários						
Clientes	-321	-1 004	-1 744	-2 547	-3 418	-4 363
Estado e Outros Entes Públicos	1 159					
Accionistas/sócios						
Outras contas a receber						
Diferimentos						
Caixa e depósitos bancários	256 345	267 160	276 420	282 663	291 311	5 000
TOTAL ACTIVO	294 896	299 294	303 239	304 104	307 306	15 475
CAPITAL PRÓPRIO						
Capital realizado	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000	250 000
Ações (quotas próprias)						
Outros instrumentos de capital próprio						
Reservas		3 175	6 501	10 246	16 069	24 159
Excedentes de revalorização						
Outras variações no capital próprio						
Resultado líquido do período	3 175	3 326	3 745	5 822	8 090	10 567
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO	253 175	256 501	260 246	266 069	274 159	284 726
PASSIVO						
Passivo não corrente	40 000	40 000	40 000	34 286	28 571	22 857
Provisões						
Financiamentos obtidos	40 000	40 000	40 000	34 286	28 571	22 857
Outras Contas a pagar						
Passivo corrente	1 721	2 793	2 992	3 749	4 575	5 476
Fornecedores	463	930	933	937	941	946
Estado e Outros Entes Públicos	1 257	1 863	2 059	2 812	3 634	4 531
Accionistas/sócios						
Financiamentos Obtidos						
Outras contas a pagar						
TOTAL PASSIVO	41 721	42 793	42 992	38 035	33 147	28 333
TOTAL PASSIVO + CAPITAIS PRÓPRIOS	294 896	299 294	303 239	304 104	307 306	313 059

Fonte: Elaboração própria em IAPMEI

ANEXO XIV

Avaliação do projeto na perspetiva do investidor:

Na perspectiva do Investidor	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Free Cash Flow do Equity	-33	10 081	8 380	4 748	7 021	9 503	209 457
Taxa de juro de activos sem risco	0,25%	0,25%	0,25%	0,25%	0,25%	0,25%	0,25%
Prémio de risco de mercado	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
Taxa de Actualização $R = R_f + \beta \cdot (R_m - R_f)$	5,25%	5,25%	5,25%	5,25%	5,25%	5,25%	5,25%
Factor actualização	1	1,053	1,108	1,166	1,227	1,292	-
Fluxos Actualizados	-33	9 578	7 565	4 072	5 721	7 358	162 175
Fuxos atualizados acumulados	-33	9 545	17 110	21 182	26 903	34 261	196 436
Valor Actual Líquido (VAL)	196 436						
Taxa Interna de Rentabilidade	30083,38%						
Pay Back period	1	Anos					

Fonte: Elaboração própria em IAPMEI

ANEXO XV

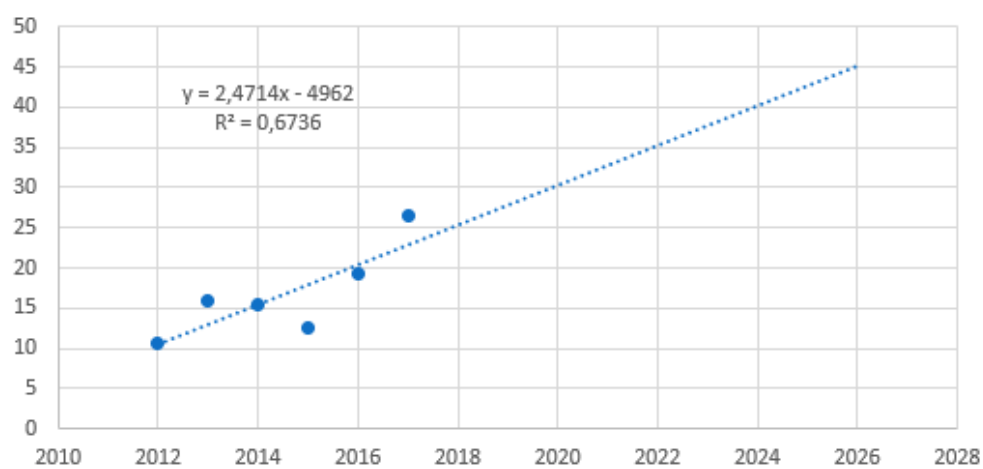
Custo médio ponderado do capital:

Cálculo do WACC	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Passivo Remunerado	40 000	40 000	40 000	34 286	28 571	22 857
Capital Próprio	253 175	256 501	260 246	266 069	274 159	284 726
TOTAL	293 175	296 501	300 246	300 354	302 731	307 583
% Passivo remunerado	13,64%	13,49%	13,32%	11,42%	9,44%	7,43%
% Capital Próprio	86,36%	86,51%	86,68%	88,58%	90,56%	92,57%

Fonte: Elaboração própria em IAPMEI

ANEXO XVI

Previsão da taxa de ocupação:



Fonte: Elaboração própria