

TERN

Turismo em Espaços Rurais e Naturais

Orlando Simões e Artur Cristovão (org.)
com a colaboração de João Castro Caldas

Título: TERN: Turismo em espaços rurais e naturais

Autores: A. D. Ferreira, A. S. Veloso, A. Vieira, A. Cristóvão (org.), C. Costa, C. Cavaco, C. Oliveira, E. Figueiredo, E. Kastenholz, E. S. Varejão, G. P. Fernandes, G. Silva, G. Joaquim, J. Castro Caldas (col.), J. Edwards, M. Ribeiro, M. R. Partidário, M. J. Burnay, M. Lopes, M. Malta, N. Sarmento, O. Simões (org.), P. M. Jacinto, P. Ferreira, P. Morais, R. Vaughn, S. Valente, S. Martins, V. Joukes

Edição: Instituto Politécnico de Coimbra

Edições IPC - Inovar Para Crescer

Colecção: Práticas - Conhecimento - Pensamento

Dezembro de 2003

Tiragem: 1000 exemplares

Concepção Gráfica: Go Up design

Impressão: SerSilito - Empresa Gráfica, S.A.

Depósito legal: 212739/04

ISSN da Colecção: 1645-8672

ISBN: 972-98593-5-3

Morada: Avenida Dr. Marnoco e Sousa , n° 30
3000-271 Coimbra

Internet: www.ipc.pt

Endereço electrónico: politec.coimbra@mail.ipc.pt

Sumário

| | |
|--|----|
| Acerca dos autores | 11 |
| Nota prévia | 13 |
| Turismo em espaços rurais e naturais: um ponto de partida <i>Orlando Simões</i> | 15 |
| Permanências e mudanças nas práticas e nos espaços turísticos <i>Carminda Cavaco</i> | 25 |
| Capítulo I Turismo e desenvolvimento local <i>Pelo turismo é que vamos/poderemos ir (?)</i> . Sobre as representações e as visões dos responsáveis das administrações públicas de âmbito local, acerca do turismo para o desenvolvimento rural <i>Manuela Ribeiro</i> | 41 |
| Turismo sustentável: o desafio da inovação e da tradição <i>Graça Joaquim</i> | 57 |

| | |
|--|-----|
| «Quantas mais “aldeias típicas” conseguimos suportar?» Algumas reflexões a propósito do turismo como instrumento de desenvolvimento local em meio rural <i>Elisabete Figueiredo</i> _____ | 65 |
| O turismo e a sustentabilidade dos espaços rurais e naturais do interior das Beiras <i>António Santos Veloso</i> _____ | 83 |
| “O turismo que existe não é aquele que se quer...” <i>Sandra Valente, Elisabete Figueiredo</i> _____ | 95 |
| Cultura e ambiente em <i>Timor Lorosa’e</i>: elementos para a construção de uma estratégia de desenvolvimento ecoturístico <i>Miguel Malta</i> _____ | 107 |
| Capítulo 2 Turismo e ambiente | |
| Turismo em espaços rurais e naturais: uma oportunidade sustentável <i>Maria do Rosário Partidário</i> _____ | 115 |
| <i>Passeios da Primavera:</i> percursos pedestres na interpretação e valorização das paisagens rurais <i>Catarina Oliveira</i> _____ | 127 |
| Problemáticas do turismo em áreas naturais e o seu significado nos concelhos do Parque Natural da Serra da Estrela <i>Gonçalo Poeta Fernandes, António Vieira</i> _____ | 135 |
| Ecoturismo em Castro Verde: o projecto da Liga para a Protecção da Natureza <i>Nuno Sarmento</i> _____ | 153 |
| A gestão ambiental e a certificação no Ecoturismo. Uma abordagem conceptual <i>António Dinis Ferreira, Marta Lopes</i> _____ | 163 |
| Formação ambiental no ensino do turismo <i>Marta Lopes, Pedro Morais, António Dinis Ferreira</i> _____ | 177 |

Capítulo 3

Oportunidades e negócio

Um paradigma emergente na área do planeamento? Reflexão sobre questões de teoria e de prática para a área do planeamento em Turismo

Carlos Costa 189

A gestão da procura turística como instrumento estratégico no desenvolvimento de destinos rurais

Elisabeth Kastenholz 203

Oportunidades e constrangimentos ao desenvolvimento do turismo rural

Goretti Silva, Jonathan Edwards, Roger Vaughn 217

Turismo e desenvolvimento local: entre potencialidades e realizações.

A ADRAT como promotora do projecto *Aquatherma*

Veronika Joukes 229

A animação turística como oportunidade à empresarialidade: o caso da região duriense

Paulo Morgado Jacinto 243

Turismo em espaço rural: a ajuda das novas tecnologias.

O caso dos Trilhos da Campeã

Eugénio Sequeira Varejão, Susana Martins, Pedro Ferreira 253

Conclusão

Contributos para um aproveitamento alternativo dos espaços rurais e naturais

Orlando Simões, Artur Cristóvão, Maria João Burnay 267

Acerca dos autores

António Dinis Ferreira, Centro de Estudos de Recursos Naturais, Agricultura e Sociedade, Escola Superior Agrária, Instituto Politécnico de Coimbra.

António Santos Veloso, Instituto de Desenvolvimento Agrário da Região Centro.

António Vieira, Escola Superior de Educação, Instituto Politécnico da Guarda.

Artur Cristóvão, Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento, Departamento de Economia, Sociologia e Gestão, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.

Carlos Costa, Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Universidade de Aveiro.

Carminda Cavaco, Departamento de Geografia, Faculdade de Letras, Universidade de Lisboa.

Catarina Oliveira, MARCA – Associação de Desenvolvimento Local de Montemor-o-Novo.

Elisabete Figueiredo, Departamento de Ambiente e Ordenamento, Universidade de Aveiro.

Elisabeth Kastenholz, Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Universidade de Aveiro.

Eugénio Sequeira Varejão, Departamento Florestal, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.

Gonçalo Poeta Fernandes, Escola Superior de Educação, Instituto Politécnico da Guarda.

Goretta Silva, Escola Superior de Tecnologia e Gestão, Instituto Politécnico de Viana do Castelo.

Graça Joaquim, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril e Centro de Investigação e Estudos de Sociologia, Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa.

Jonathan Edwards, School of Services Industries, Bournemouth University.

Manuela Ribeiro, Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento, Departamento de Economia, Sociologia e Gestão, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.

Maria do Rosário Partidário, Faculdade de Ciência e Tecnologia, Universidade Nova de Lisboa.

Maria João Burnay, Instituto da Conservação da Natureza, Associação Portuguesa de Turismo Sustentável e Ecoturismo e Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.

Marta Lopes, Centro de Estudos de Recursos Naturais, Agricultura e Sociedade, Escola Superior Agrária, Instituto Politécnico de Coimbra.

Miguel Curado Malta, Centro de Estudos de Recursos Naturais, Agricultura e Sociedade, Escola Superior Agrária, Instituto Politécnico de Coimbra.

Nuno Sarmento, Liga para a Protecção da Natureza.

Orlando Simões, Centro de Estudos de Recursos Naturais, Agricultura e Sociedade, Escola Superior Agrária, Instituto Politécnico de Coimbra.

Paulo Morgado Jacinto, Escola Superior Agrária, Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Pedro Ferreira, Departamento Florestal, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.

Pedro Morais, Centro de Estudos de Recursos Naturais, Agricultura e Sociedade, Escola Superior Agrária, Instituto Politécnico de Coimbra.

Roger Vaughn, School of Services Industries, Bournemouth University.

Sandra Valente, Departamento de Ambiente e Ordenamento, Universidade de Aveiro.

Susana Martins, Departamento Florestal, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.

Veronika Joubek, Pólo de Chaves, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.

Nota prévia

A obra colectiva que agora se deposita nas mãos do leitor tem origem no *I Encontro de Turismo em Espaços Rurais e Naturais* (TERN), que se realizou entre 2 e 4 de Outubro de 2003, na Escola Superior Agrária de Coimbra (ESAC). Com organização conjunta da ESAC e da Sociedade Portuguesa de Estudos Rurais (SPER)¹, este Encontro teve como objectivo principal a criação de um fórum de discussão alargado para reflexão e divulgação de estratégias e práticas específicas do turismo em espaços rurais e naturais, de forma a contribuir para um futuro mais sustentável da prática turística. Mais precisamente, pretendeu-se cruzar e confrontar abordagens académicas, científicas e profissionais sobre o tema e os problemas que lhes andam associados; activar sinergias entre os diferentes tipos de abordagens e potenciar o seu inter-relacionamento; avaliar potencialidades, desenvolvimentos e perspectivas de futuro para os novos tipos de turismo em Portugal.

À semelhança do adoptado na presente obra, as comunicações e o debate que se lhes seguiu agruparam-se em torno de três grandes temas: o papel do turismo enquanto motor do desenvolvimento local, a interacção entre o turismo e o ambiente e, finalmente, as oportunidades, os negócios e a organização e integração da oferta destes novos tipos de turismo. O terceiro dia do Encontro foi dedicado a actividades de turismo activo.

O *I Encontro TERN* inseriu-se num projecto mais vasta e ambicioso, o qual passou pela realização de uma *Semana do Turismo em Espaços Rurais e Naturais*, que decorreu na ESAC de 27 de Setembro a 4 de Outubro de 2003, com o objectivo de aproximar e trazer as pessoas da região de Coimbra ao espaço da Quinta do Bispo. Desta forma, foi possível, durante uma semana, ter contacto directo com uma rica e variada ementa de actividades de turismo activo, animação e lazer de cariz rural e etnográfico. De entre estas actividades é de salientar a realização de vários espectáculos musicais, destacando-se a actuação da Orquestra Parasinfónica Juvenil de Coimbra, de tunas académicas, grupos de fados e ranchos folclóricos. Os visitantes tiveram ainda oportunidade de participar em actividades relacionadas com o mundo rural, de que se salienta uma pisa tradicional de uvas, uma desfolhada, jogos tradicionais, visitas e contacto com actividades com animais, passeios de *charret*, etc. Ainda no domínio dos espectáculos, teve lugar um desfile de moda rural (*Modabarr* e *Colecção ConTradições*) e dois espectáculos de música e arte equestre, com a participação do cavaleiro *Juan Diogo Trevejano* e da *Escola Portuguesa de Arte Equestre* do Palácio Nacional de Queluz. Uma exposição de fotografia e outros trabalhos relacionados com a terra e a Natureza, uma "feira de produtos artesanais" e uma "feira de sabores tradicionais", animaram todos os dias de realização da *Semana TERN*².

13

¹ Na organização do *I Encontro TERN* participaram: António Dinis Ferreira, Carlos Ribeiro, Cláudia Rebelo, Fernando Casau, Miguel Malta, Myrta Batista, Noémia Bárbara, Orlando Simões, Pedro Morais, Pedro Pinto Bravo, Vítor Carvalho e Vítor Morais, todos da ESAC, Artur Cristóvão da UTAD, Ana Bela Pais da EI-ITC e Marco Gomes do ICN. Também um número considerável de alunos do curso de Ecoturismo participou activamente na realização quer do Encontro quer da *Semana TERN*. Da respectiva Comissão Científica fizeram parte os Professores Artur Cristóvão (UTAD), Carlos Costa (UA), Carminda Cavaco (UL), João Castro Caldas (ISA), Judite Seabra (ESEC), Manuela Ribeiro (UTAD), Maria Rosário Partidário (JNL), Orlando Simões (ESAC) e Pedro Hespanha (UC).

² Do *I Encontro TERN* foram publicadas as respectivas actas em CD-ROM, as quais incluem versões preliminares da maioria dos artigos contidos neste livro, assim como a programação completa do Encontro e da *Semana TERN*, fotografias dos eventos, etc. Para mais informações consultar: Simões, O.; Malta, M. e Morais, P. (coords.) (2003), *Actas do I Encontro de Turismo em Espaços Rurais e Naturais*, CD-ROM, ESAC, Coimbra.

Oportunidades e constrangimentos ao desenvolvimento do turismo rural

Goretti Silva¹, Jonathan Edwards², Roger Vaughn²

¹ Escola Superior de Tecnologia e Gestão, Instituto Politécnico de Viana do Castelo

² School of Services Industries, Bournemouth University

Introdução

Um conjunto de estudos e relatórios tem vindo a pôr em evidência o facto das áreas rurais na Europa estarem em mudança, registando-se o abandono progressivo das terras por parte dos agricultores, sem que se vislumbre a sua sucessão por parte de gerações mais novas, realidade que é também comum ao Arco Atlântico (Clout, 2001; Opperman, 1996). Desse facto resulta não só um enfraquecimento das economias rurais, como também um conjunto de problemas ambientais, nomeadamente na preservação da paisagem agrária.

217

Não há dúvida de que aumentar os rendimentos das populações rurais tem sido declarado como uma das prioridades de muitos governos, não constituíssem estas um dos segmentos mais desfavorecidos da sociedade. Todavia, este objectivo tem sido descurado pelas políticas de desenvolvimento dos últimos anos. Na maioria dos países desenvolvidos, a política agrícola é definida em função de um número reduzido de questões (Regmi and Weber, 2000).

Ao longo das últimas décadas, os modelos tradicionais de desenvolvimento rural tem sido alvo de fortes críticas. Um número significativo de pesquisas tem sido levado a cabo, apresentando estratégias de desenvolvimento endógeno, que se apresentam como ambientalmente mais benéficas (logo mais sustentáveis), que visem a protecção do capital social e cultural, mas que proporcionam simultaneamente oportunidades para o aumento do PIB.

O desenvolvimento do turismo rural tem sido encarado como uma oportunidade de diversificação das economias tradicionais, sendo uma prática comum em muitas sociedades rurais e para muitos agricultores.

Neste texto serão abordados alguns contributos para a compreensão dos constrangimentos e oportunidades ao desenvolvimento do turismo rural em Portugal. Além do enquadramento teórico, serão apresentados alguns dados representativos do vasto conjunto de resultados obtidos no âmbito do projecto OPTOUR – *Opportunities for and Barriers to Tourism Led Integrated Development within Rural Regions of Selected European States*. Mais precisamente, serão apresenta-

dos resultados do segundo pacote de trabalho, intitulado *Opportunities and Barriers to Supply*, o qual visava aprofundar o conhecimento sobre a experiência dos promotores de negócios turísticos em meio rural, no que se refere à gestão e desenvolvimento desses mesmos negócios, a fim de identificar potenciais e reais oportunidades que contribuam para o seu efectivo sucesso, bem como as barreiras inerentes ao exercício da actividade.

Nessa medida, foram realizadas entrevistas estruturadas a 104 promotores, 26 em cada uma das 4 regiões estudadas (Minho, Trás-os-Montes, Norte Alentejano e Litoral Alentejano) e segundo as seguintes tipologias: alojamento – 12 entrevistas; restaurantes – 3 entrevistas; atracções – 6 entrevistas; pluriactividade – 3 entrevistas. Com base no trabalho desenvolvido, o presente artigo compreende um breve enquadramento sobre as condicionantes ao desenvolvimento do turismo rural, dados relativos ao empreendedorismo neste sector de actividade, bem como algumas conclusões que se revelaram mais pertinentes.

Condicionantes ao desenvolvimento do turismo rural

218

A prática do turismo rural consubstancia-se num conjunto variado de actividades, integradas com a tradicional hospitalidade das populações rurais. É uma indústria em constante crescimento no mundo industrializado, devendo-se esse crescimento às mudanças sentidas ao nível das tendências e comportamento da procura turística: maior rendimento disponível; melhor nível de vida; maior preocupação com questões de saúde; propriedade generalizada de automóvel por parte das famílias; aumento das férias repartidas e do mercado de *short-breaks*.

O interesse pelo campo tem vindo assim a aumentar, conduzindo ao crescimento e diversificação da oferta turística em áreas rurais, e ao maior envolvimento dos agentes públicos e privados no desenvolvimento da actividade. Contudo, este crescimento pode também, em parte, ser explicado pelo declínio das economias tradicionais (Alexander and Mckenna, 1998).

Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT), "o turismo rural resulta das transformações registadas no mundo rural e da evolução dos comportamentos dos turistas-consumidores" (OMT, 1997). Ao nível da Europa, o turismo é, desde há muito, considerado como uma importante alternativa para a diversificação e regeneração económica, em particular em áreas onde se regista um forte declínio da indústria agrária tradicional (Opperman, 1996; Williams & Shaw, 1998).

Enquanto veículo para o crescimento e diversificação da economia, o turismo pode contribuir para o aumento do rendimento das populações rurais, seja ao nível individual de cada agricultor empreendedor seja, de uma forma mais abrangente, ao nível da economia local. De igual forma, é largamente consensual a ideia de que o turismo é uma importante fonte de emprego, particular-

mente em áreas rurais mais deprimidas, assumindo um papel fundamental na revitalização e desenvolvimento social e ambiental das áreas rurais (Sharpley, 2001).

Apesar dos benefícios enunciados, tem vindo a ser alvo de reconhecimento o facto de, numa lógica de mercado, não ser possível atingir o desenvolvimento sustentável sem a necessária intervenção dos Governos. Esta intervenção pode acontecer de duas formas, ora providenciando um enquadramento legal propício a tal, ora através da criação e disponibilização de um conjunto de incentivos ao investimento que orientem o desenvolvimento nesse sentido. A criação por parte dos Governos de motivação ao investimento privado, pode acontecer de várias formas: através de informação, educação e sensibilização, incentivos financeiros, investimento público ou publicação de regulamentação (Bramwell, 1998). Daqui se depreende que as possibilidades de um Estado atingir os propósitos de desenvolvimento sustentável são tanto maiores quanto o envolvimento e capacidade de regulação do próprio Governo.

Foi com base nestes pressupostos que, tanto a União Europeia como os próprios Governos, têm vindo a criar um conjunto de incentivos com vista a facilitar o estabelecimento e modernização das empresas (Bramwell, 1998; Bull, 1999; Wanhill, 1993, 1997; Sharpley, 2002). Nesta perspectiva, o desenvolvimento do turismo deveria consubstanciar-se numa parceria entre os sectores público e privado, sendo que o peso dos dois sectores nesta relação vai depender das políticas económica e social de cada país. Por regra, quanto maior a importância da actividade turística para a economia do país, maior o envolvimento do sector público e maior a disponibilidade do Governo para conceder estímulos ao investimento (Wanhill, 1998).

Decidir o tipo de instrumento apropriado depende não só dos objectivos nesta matéria (Bramwell, 1998), mas também do tipo de desenvolvimento que os Governos procuram, bem como da contribuição esperada por parte dos investidores privados.

As áreas rurais em Portugal têm vindo, à semelhança de outros países, a tornar-se cada vez mais atractivas para as práticas de actividades de lazer e turismo, devido em grande medida ao conjunto de investimentos realizados em termos de infra-estruturas ao longo dos últimos anos. No entanto, e pese embora o número e diversidade de actividades que ocorrem em meio rural, a prática de turismo rural ainda está limitada, em muitas situações, à oferta de alojamento. Alguns estudos levados a cabo no nosso país, com objectivos mais latos que não apenas o turismo rural, ilustram o facto de ser necessário identificar e pôr em prática políticas que apoiem, não só a criação, mas também a sobrevivência e manutenção de pequenas, inovadoras, flexíveis e competitivas iniciativas empresariais (Ribeiro e Marques, 2002; Correia, 2001).

Foi no âmbito destas preocupações que um conjunto de entidades resolveu levar a cabo o projecto OPTOUR – *Opportunities for and Barriers to Tourism Led Integrated Development within Rural Regions of Selected European States*¹, cujo objectivo estratégico é o de contribuir para a identificação e compreensão dos diversos factores (institucionais, económicos, sociais, entre outros) que, ao longo dos últimos anos, condicionaram o desenvolvimento de actividades de turismo em áreas rurais em determinados países europeus.

Com a compreensão destes factores, pretende-se também contribuir para a definição de modelos de desenvolvimento integrado, tendo por base a implementação de actividades de turismo em áreas rurais. Estes modelos poderão depois ser aplicados à realidade dos países da Europa de Leste, particularmente nos países envolvidos neste estudo (Bulgária e Roménia), onde o turismo rural é uma realidade emergente.

O empreendedorismo em turismo rural

220

Com base nas entrevistas realizadas no âmbito do projecto OPTOUR, descreve-se de seguida diversos aspectos relacionados com os empresários e as empresas estudadas, que mostram algumas facetas do turismo rural em Portugal.

Relativamente ao perfil dos empresários, é de salientar que as faixas etárias mais representativas foram as situadas entre os 31 e 44 anos (39%) e entre os 45 e 59 anos (32%). Mais de metade dos promotores tinha menos de 44 anos, sendo que 14% tinha menos de 30 anos, o que indicia a idade relativamente jovem da generalidade dos empresários incluídos nesta amostra.

No que se refere às habilitações literárias, existe uma clara tendência para os empresários que concluíram ou frequentaram estudos superiores (53%), em detrimento dos que possuem apenas o 1º e 2º ciclos do ensino básico (21%), ou mesmo dos que concluíram o ensino secundário (16%).

Em termos de posição face ao trabalho, a maioria dos entrevistados era proprietário do negócio (50%), ou geria esse mesmo negócio para terceiros (46%), ocupando um lugar relevante na gestão da empresa turística. Apenas 4% dos inquiridos se auto-intitularam funcionários. Por outro lado, tendo em conta que a generalidade das empresas seleccionadas iniciou a sua actividade no período entre 1995 e 2001, salienta-se a estabilidade dos entrevistados face ao seu posto de trabalho, sendo

¹ Este projecto foi coordenado pela Bournemouth University (Inglaterra), contando como parceiros, além da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Viana do Castelo, a Universidad de Leon (Espanha), a TUM-Technical University of Munich (Alemanha), o HIFFI - Higher Institute of Food and Flavour Industries em Plovdiv, a Traian University of Stara Zagora (Bulgária) e a USAMV-CJ Universidade de Agricultura de Cluj-Napoca (Roménia). É um projecto financiado pela Comunidade Europeia (ao abrigo do 5º Programa Quadro de Apoio, QoI QLRT 1999 30407 OPTOUR), com início em Outubro de 2000, tendo sido concluído em Setembro de 2003.

que a média de anos em que estes desempenham a mesma função é superior a seis anos.

Apenas 40% dos entrevistados detinham experiência no sector do turismo – 15 anos em média – sendo que, para 60% dos mesmos, esta foi a primeira iniciativa do género. Dos que detinham já experiência acumulada, destaca-se as funções ligadas à restauração, à informação turística e à gestão de outros negócios. Curiosamente, só 7% dos entrevistados veio a desempenhar idênticas funções às que tinha anteriormente. Apenas 7% dos empresários referiram ter já trabalhado em estabelecimentos hoteleiros.

Apesar do número de inquiridos com formação específica no sector ser bastante reduzido, quase todos referem ter as qualificações consideradas relevantes para desempenharem bem a sua função, nomeadamente "experiência profissional", "experiência de vida", "habilitações superiores", "ser um bom comunicador" ou mesmo "o tempo dedicado ao seu negócio". Apenas um punhado de entrevistados referiu, como factor relevante para a sua função, experiência anterior na comercialização de alojamento turístico.

Saliente-se ainda o facto da generalidade dos promotores não ter, como única fonte de rendimento, o negócio seleccionado para a presente amostra. A maioria possui outros negócios não ligados ao sector do turismo. Em menor escala, alguns empresários apontam outras actividades no turismo como rendimento complementar; salário proveniente de actividade por conta de outrem, ou mesmo rendimentos vindos de actividades agrícolas ou florestais.

Dada a jovem idade média dos entrevistados, não surpreende o facto da larga maioria afirmar querer continuar com a presente actividade, pelo menos nos próximos cinco anos. Apenas um número residual de indivíduos refere a possibilidade de se retirar a curto prazo. Para além da idade, as razões apontadas para tal decisão centram-se no rendimento gerado pelas empresas, no seu potencial de desenvolvimento e também no gosto pelo exercício de tal actividade.

Os factores que justificaram a opção do promotor por montar determinado negócio em particular, foram bastante diversificados. No entanto, três ordens de razões se destacam ligeiramente: o ter sido uma opção de vida (o gosto por determinado tipo de actividade); a oportunidade de recuperar e pôr em funcionamento imóveis abandonados ou carecidos de grandes investimentos para a sua preservação; a obtenção de um razoável retorno financeiro.

Nesta perspectiva, quase todos os negócios têm uma base local de funcionamento, sendo que apenas 9% dos mesmos se encontravam associados a cadeias nacionais, onde sobressaem as Pousadas de Portugal ou os parques de campismo pertencentes à Orbitur. Aliás, apenas as empresas do sector do alojamento turístico não operavam, na sua totalidade, localmente.

Esta noção de base local de funcionamento, traz consigo o facto dos responsáveis assumirem uma função de negócio familiar, de pequena dimensão, sendo o número de funcionários a tempo inteiro, muito reduzido. Desta forma, é de todo compreensível que a participação dos elementos da

própria família seja vital para a manutenção do negócio, não apenas pela possibilidade de assim reduzir os custos financeiros, mas também pelo maior sentido de responsabilidade e pela maior disponibilidade.

Como seria expectável, a maioria dos entrevistados (84,6%), bem como algumas das restantes pessoas ao serviço das empresas, falam pelo menos uma língua estrangeira, o que foi identificado como sendo muito benéfico. O Inglês é a segunda língua mais falada (71%), mas também o Francês (60%), o Espanhol (32%) e o Italiano (6%).

Problemas detectados na criação e gestão das empresas

O facto do meio rural constituir o espaço privilegiado, senão único, de actuação do conjunto das empresas abordadas, implica que estas aí se instalem, estando por vezes condicionadas pela distância que as separa de um conjunto de serviços e facilidades, indispensáveis à sua operacionalidade. Se esta situação é incontornável no caso específico das unidades de alojamento e restaurantes, o mesmo não se aplica às empresas de animação que podem operar, eventualmente, a partir de um outro local.

No nosso estudo foram abordadas apenas empresas efectivamente instaladas em meio rural. Apesar deste facto não representar um problema para a maioria dos entrevistados, alguns deles ainda se confrontam com certas dificuldades daí advintes. Foi-nos referido em particular a falta de pessoal para contratação (especializado ou não), a falta de promoção e o mau estado dos acessos que condiciona a afluência dos visitantes a determinados locais.

Contornar estes problemas não tem sido fácil, especialmente no que respeita à falta de mão-de-obra local com alguma preparação específica, o que implica um maior esforço e desgaste físico por parte dos proprietários, no sentido de dar resposta às solicitações de que são alvo. Na ausência de pessoal qualificado para contratação, tem sido feito pelos empresários algum investimento na formação do pessoal ao serviço.

O enquadramento legal das diferentes actividades das empresas entrevistadas, bem como as implicações do processo de licenciamento das mesmas, não apresenta, nem alguma vez apresentou, qualquer tipo de constrangimento ao exercício da actividade de cerca de 70% das empresas. No entanto, em 32% dos casos, registaram-se algumas dificuldades em enquadrar uma determinada empresa ou actividade nas tipologias ou nos diplomas legais existentes. Nesta situação encontram-se em particular as empresas de animação, na maioria dos casos criadas anteriormente à publicação da actual legislação (DL 204/2001).

Outros problemas com que os empresários se confrontaram dizem respeito à existência de instrumentos de ordenamento do território que limitaram a sua actuação (18%) e, por outro lado, à

existência de legislação que condicionou a aprovação e construção de edifícios (18%). Estas condicionantes legais conduziram, em determinados casos, a um atraso significativo na realização do investimento (29%), ou até mesmo à desistência por parte dos investidores (11,8%).

Considerando a importância que o contexto político-administrativo pode ter no desenvolvimento e reforço da competitividade das empresas turísticas, procurou-se, nestas entrevistas, perceber qual a relação, se existente, entre empresas e instituições do sector, seja nacionais, regionais ou locais. Em conformidade com as suas respostas, mais de metade dos entrevistados não se sente de forma alguma apoiado no exercício da sua actividade pelas organizações nacionais responsáveis pela definição e execução de políticas para o sector do turismo. Particular referência foi feita à falta de apoios financeiros e falta de enquadramento legal adequado. Contrariamente, a maioria dos entrevistados afirma ter algum apoio por parte das organizações regionais, em especial através da realização de actividades promocionais e da obtenção de apoios financeiros.

Apoio institucional às empresas

O apoio financeiro ao investimento em turismo tem-se revelado um factor fulcral no desenvolvimento da actividade, em particular se considerarmos que se trata de um sector composto maioritariamente por pequenas, médias, e, sobretudo, micro empresas, de cariz familiar; cuja rentabilidade inicial é muito baixa. Desta feita, o recurso a programas de apoio ao investimento constitui a forma mais vantajosa dos empresários e investidores realizarem os seus projectos. De facto, quando iniciaram a sua actividade, a maioria dos nossos entrevistados (61%) eram conhecedores da existência de programas de apoio, fossem eles especificamente para o sector do turismo (45%), com vista ao desenvolvimento rural (35%) ou incentivos à criação de empresas (12,4%). Todavia, e apesar da seu conhecimento por parte dos empresários, apenas cerca de metade deles recorreu a tais incentivos aquando do seu estabelecimento. Conforme se pode verificar no Quadro 1, foi a incentivos de apoio ao desenvolvimento rural, e não a incentivos ao sector do turismo, que a maior parte dos empresários se candidatou.

223

| Tipo de incentivos | Frequência | % |
|--------------------------------|------------|-------|
| Apoio ao desenvolvimento rural | 26 | 45,6 |
| Apoio ao Turismo | 20 | 35,1 |
| Apoio à criação de empresas | 8 | 14,0 |
| Apoio à actividade comercial | 2 | 3,5 |
| Outros | 1 | 1,8 |
| Total | 57 | 100,0 |

Quadro 1: Tipo de incentivo a que os empresários se candidataram

Como facilmente se compreende, as razões que levaram estes investidores a candidatarem-se a tais incentivos, prendem-se com a impossibilidade de realizar o investimento apenas com capitais próprios, insuficientes para o efeito. Por outro lado, a principal razão para que os empresários não se tenham candidatado a incentivos financeiros, apesar de terem conhecimento da sua existência, reside no prolongado tempo de espera e no percurso burocrático até conseguir algum apoio, sendo esta uma incerteza. Outras razões prendem-se com alguma rigidez no que se refere aos regulamentos dos próprios incentivos, não considerando elegíveis determinados investimentos mais originais ou menos tradicionais na sua concepção. Alguns investidores referiram ainda não confiar em tais incentivos.

Também os empresários que se candidataram a algum tipo de incentivo, identificaram a demora na libertação dos fundos e a existência de muita burocracia, como um dos problemas com se confrontaram ao longo de todo o processo, o que não corresponde à necessidade imediata de investimento, face às dinâmicas do mercado. Consequentemente, e como se pode verificar no Quadro 2, ainda que alguns tenham recorrido aos incentivos disponíveis, a maioria dos investidores tiveram como principal fonte de capital os capitais próprios e, cerca de um terço, recorreu mesmo a empréstimos bancários.

224

| Fonte de financiamento | Frequência | % |
|----------------------------------|------------|------|
| Capitais próprios | 89 | 85,6 |
| Sistema de incentivos | 50 | 48,1 |
| Empréstimo bancário | 34 | 32,7 |
| Empréstimo a familiares e amigos | 9 | 8,7 |
| Não sabe | 5 | 4,8 |
| Outros | 4 | 3,8 |

Quadro 2: Principal fonte de financiamento

O recurso aos programas de incentivos disponíveis diminui ainda mais no que se refere a investimentos realizados nos últimos cinco anos. De facto, 80% dos empresários que realizaram algum investimento neste período não recorreu a qualquer tipo de incentivos. Os que o fizeram, recorreram uma vez mais a incentivos de apoio ao desenvolvimentos rural (Quadro 3), sendo as razões para não o ter feito muito semelhantes às anteriormente apresentadas.

| Candidaturas | Frequência | % |
|--------------------------------|------------|--------------|
| Apoio ao desenvolvimento rural | 12 | 46,2 |
| Apoio ao Turismo | 6 | 23,1 |
| Apoio à criação de empresas | 4 | 15,4 |
| Apoios à cultura | 3 | 11,5 |
| Outros | 1 | 3,8 |
| Total | 26 | 100,0 |

Quadro 3: Candidaturas a incentivos nos últimos cinco anos

Menos de metade dos entrevistados (40%) refere ter recorrido a consultores ou técnicos especializados para o desenvolvimento e materialização da sua ideia de negócio, agindo na sua maioria por instinto e iniciativa própria. Os que de alguma forma solicitaram o apoio técnico especializado, recorreram sobretudo a consultores nas áreas de gestão e finanças, para verificação da rentabilidade do negócio, bem como de arquitectura para concepção e projecção de edifícios. Áreas como o planeamento e *marketing* não mereceram a atenção dos investidores, no que se refere ao recurso a assessoria técnica.

225

Conclusões

Ainda que resultante de um número não muito alargado de entrevistas, o conjunto de informações recolhidas permite-nos traçar um quadro bastante genérico do perfil dos investidores em turismo em áreas rurais. São sobretudo empreendedores jovens e com formação superior, ainda que não especificamente na área do turismo. Apesar da grande maioria dos entrevistados não terem qualquer experiência no sector do turismo antes de darem início à actual actividade, consideram como qualificações importantes para o exercício das actuais funções a sua experiência de vida, bem como as anteriores experiências profissionais.

As razões para a criação das diferentes empresas são bastante variadas. Todavia, conclui-se que o turismo constitui uma opção de vida, assim como uma oportunidade de rentabilizar património imobiliário de um ou mais sócios envolvidos no negócio. Por outro lado, apesar de existirem por parte de alguns empresários a expectativa de um bom retorno financeiro, a maior parte depende de uma fonte complementar de rendimentos, muitas vezes não relacionada com a actividade turística.

A esmagadora maioria dos negócios opera numa base local, afirmando os seus responsáveis fazer parte de uma empresa de cariz familiar, onde os empregados são em número reduzido. Apesar da localização ser necessariamente em meio rural, este facto não parece constituir um ele-

mento inibidor do bom desenvolvimento dos negócios. No entanto, os empresários são confrontados com algumas dificuldades sobretudo no plano operacional, nomeadamente a falta de pessoal qualificado, a necessidade de empregar indivíduos a tempo parcial, o mau estado da rede viária, a falta de consistência da promoção turística e a sazonalidade ligada ao exercício da sua actividade. Por outro lado, a existência de alguns requisitos legais, sobretudo em termos do licenciamento da actividade e nalguns casos até mesmos das componentes construtivas do negócio, conduzem ao atraso ou, em casos extremos, à inviabilidade de determinadas áreas de actividade.

No plano do apoio institucional, mais de metade dos empresários não se sente devidamente apoiado pelas políticas emanadas das instituições nacionais, apesar de dois terços das empresas terem tido um efectivo apoio financeiro advindo de mecanismos nacionais. Já as instituições regionais, e sobretudo as locais, são julgadas como sendo vitais para o apoio ao desenvolvimento do sector, verificando-se que a sua proximidade contribui largamente para uma boa relação institucional.

Outro aspecto interessante do estudo é o facto dos empresários considerarem o seu próprio capital como a principal fonte de financiamento do negócio (seja na fase do investimento, seja na gestão corrente do mesmo), apesar dos sistemas de incentivos financeiros que existem ao seu dispor. Sendo que a maior parte dos entrevistados tinha conhecimento prévio desses sistemas no início da sua actividade, apenas cerca de metade formalizou uma candidatura a um mecanismo específico, com particular destaque para os existentes para o sector do turismo ou do desenvolvimento rural. Os que não recorreram a tais financiamento, afirmaram não precisar de tal, ou mostraram-se desencorajados face ao longo período para formalizar a candidatura e terem uma decisão efectiva sobre a mesma.

Apesar de alguns constrangimentos, os incentivos financeiros são considerados fundamentais, face aos montantes reduzidos de capital próprio disponível para a generalidade dos investidores, provocando uma efectiva diminuição do esforço financeiro necessário. Torna-se assim imperativo que os sistemas de apoio considerados se tornem efectivos veículos de suporte à criação, sobrevivência e prosperidade da generalidade dos empresários, permitindo que a actividade turística contribua, de facto, para a revitalização ou dinamização das economias rurais.

Referências bibliográficas

- Alexander, N. and McKenna, A. (1998), Rural Tourism in the Heart of England, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10 (5), pp. 203-207.
- Bramwell, B. (1998), Selecting policy instruments for sustainable tourism em William F. Theobald, *Global Tourism*, (2nd ed.), Butterworth Heinemann, Oxford, pp. 361-379.
- Bull, B. (1999), Encouraging Tourism Development through the EU Structural Funds: A case Study of the Implementation of EU Programmes on Bornholm, *International Journal of Tourism Research* 1, pp. 149-165.

- Clout, H. (2001) Les nouveaux espaces ruraux de l'Europe atlantique: hommage au Professeur Roger Béteille Jean Soumagne, (book review), *Journal of Rural Studies*, 17 (2), pp. 263-264.
- Correia, I. (2001), Small firms in Portuguese Manufacturing: Realising the potential in employment and technical efficiency, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 8 (4), pp. 363-375.
- DGT - Direcção Geral de Turismo (2002), *O Turismo em 2001*, Lisboa.
- Gannon, A. (1994), *Rural tourism as a factor in rural community economic development for economics in transition, Rural tourism and sustainable rural development*, Galway.
- Gartner, W. B. (1988), Who is the entrepreneur? Is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12 (2), pp. 11-32.
- Getz, D. (2000), Characteristics and goals of family and owner-operated business in the rural tourism and hospitality sectors, *Tourism Management* 21, pp. 547-560.
- Hall, C. M. and Jenkins, J. (1998), The policy dimensions of rural tourism and recreation. In: R. Butler, C.M. Hall and J. Jenkins, Editors, *Tourism and recreation in rural areas*, Wiley, Chichester, pp. 19-42.
- Hjalager, A. M. (1996), Agriculture diversification into tourism, *Tourism Management*, 17, pp. 103-111.
- Opperman, M. (1996), Rural tourism in southern Germany. *Annals of Tourism Research*, 23 (1), pp. 86-102.
- Ribeiro, M. e Marques, C. (2002), Rural Tourism and the Development of Less Favoured Areas – between Rhetoric and Practice, *International Journal of Tourism Research*, 4, 211-220.
- Regmi, P. e Weber, K. (2000), Problems to agricultural sustainability in developing countries and a potential solution: diversity, *International Journal of Social Economics*, 27 (7/8/9/10), pp. 788-801.
- Sharpley, R. (2002), Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus, *Tourism Management*, 23, pp. 233-244.
- Slee, W. (1997), *Tourism and sustainability: principles to practice*, Wallingford.
- Wanhill, S. (1993), European regional development funds for the hospitality and tourism industries, *International Journal of Hospitality Management*, 12 (1), pp. 67-76.
- Wanhill, S. (1998), The role of government incentives, in William F. Theobald, *Global Tourism*, (2nd ed.), Butterworth Heinemann, Oxford, pp. 339-359.
- Williams, A., & Shaw, G. (1998), *Tourism and economic development: European experiences* (3rd ed.), Wiley, Chichester.
- World Tourism Organisation (1997), Madrid, Spain, pp. 95-97.