



Plano de Negócios: EcoRaiz - Glamping & Experiências Locais

Mestrado em Marketing e Promoção Turística

Andreia Alexandra Ferreira Fidalgo

Peniche, 18 Maio de 2026



Plano de Negócios: EcoRaiz - Glamping & Experiências Locais

Mestrado em Marketing e Promoção Turística

Andreia Alexandra Ferreira Fidalgo

Trabalho de Projeto realizado sob a orientação do Professor Doutor Rui Martins

Peniche, 18 Maio de 2026

Originalidade e Direitos de Autor

A presente dissertação é original, elaborada unicamente para este fim, tendo sido devidamente citados todos os autores cujos estudos e publicações contribuíram para a sua elaboração.

Reproduções parciais deste documento serão autorizadas na condição de que seja mencionada a autora e feita referência ao ciclo de estudos no âmbito do qual o mesmo foi realizado, a saber, o Curso de Mestrado em Marketing e Promoção Turística, no ano letivo 2025/2026, da Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar do Instituto Politécnico de Leiria, Portugal, bem como à data das provas públicas que visaram a avaliação deste trabalho.

Autorização de Divulgação e Utilização Científica

A autora do presente trabalho, Andreia Ferreira Fidalgo, autoriza a Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar e o Instituto Politécnico de Leiria a arquivar e divulgar esta dissertação em formato impresso, digital ou por qualquer outro meio atual ou futuro, sem limitações geográficas ou temporais.

Esta autorização abrange a disponibilização em repositórios científicos institucionais e em plataformas de acesso aberto, bem como a reprodução e distribuição para fins exclusivamente académicos, educativos ou de investigação, desde que seja devidamente atribuída a autoria e respeitada a integridade do conteúdo.

Peniche, 18 Maio de 2026

Andreia Ferreira Fidalgo

Dedicatória

Dedico este trabalho a mim própria, pela decisão de continuar a aprender, a crescer e a desafiar-me, acreditando no meu percurso e na importância do crescimento pessoal e profissional, mesmo quando o caminho não é simples.

Ao meu filho, que me acompanha neste percurso e me lembra, todos os dias, a importância de dar o exemplo, de não desistir dos sonhos e de acreditar que é possível transformá-los em realidade com coragem, esforço e integridade.

À minha mãe, pelo apoio incondicional e pela força que me transmite, mesmo à distância.

Este trabalho é o símbolo de um sonho em construção e de uma vontade contínua de aprender, crescer e contribuir para o mundo que quero ajudar a melhorar.

Agradecimentos

Gostaria de expressar o meu sincero agradecimento ao meu orientador, Doutor Rui Martins, pelo acompanhamento atento, pela orientação valiosa e pelas sugestões construtivas ao longo deste processo. A sua disponibilidade e dedicação foram determinantes para a concretização deste projeto.

Agradeço igualmente a todos os docentes do Mestrado em Marketing e Promoção Turística, que, ao longo destes dois anos, partilharam os seus conhecimentos, incentivaram o nosso melhor desempenho e contribuíram significativamente para o meu desenvolvimento académico e pessoal.

Um agradecimento especial aos meus colegas de curso, pelo companheirismo, pelas partilhas e pelo apoio mútuo nos momentos de maior desafio.

A todas as pessoas que, de alguma forma, contribuíram para a realização deste trabalho — fornecendo informações, oferecendo incentivo, partilhando palavras de motivação ou simplesmente com a sua presença — deixo o meu profundo reconhecimento.

Resumo

O EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais é um projeto turístico sustentável e inovador que nasce da vontade pessoal e académica de criar um empreendimento turístico com alma, profundamente enraizado na natureza e nas tradições culturais da região de Peniche. Este trabalho final de mestrado assume-se como a concretização de um sonho, ao mesmo tempo que responde às exigências do mercado turístico por experiências autênticas, sustentáveis e enriquecedoras.

Localizado numa área natural privilegiada, o EcoRaiz propõe um modelo de alojamento em glamping que combina conforto, sofisticação e respeito ambiental, promovendo a economia circular e a valorização dos recursos locais. Para além do alojamento, oferece experiências culturais imersivas — como workshops artesanais e atividades relacionadas com a agricultura e a gastronomia — que envolvem diretamente a comunidade, contribuindo para o desenvolvimento socioeconómico da região.

Este plano de negócios inclui uma análise detalhada do setor, estudo de mercado e definição de estratégias de marketing e comunicação, com especial enfoque no marketing digital e nas redes sociais, valorizando os princípios de sustentabilidade, autenticidade e bem-estar. O EcoRaiz apresenta-se assim como uma resposta inovadora e diferenciadora à saturação do turismo convencional, alinhando princípios éticos e estratégicos que potenciam a sua viabilidade económica e a criação de valor local.

Mais do que um projeto académico, o EcoRaiz materializa um propósito: viajar com significado, fortalecendo a ligação entre visitante, território e comunidade, promovendo um turismo responsável que respeita e valoriza as raízes da cultura e da natureza.

Palavras-chave: turismo sustentável; glamping; experiências locais; marketing digital; redes sociais; turismo de natureza

Abstract

EcoRaiz – Glamping & Local Experiences is an innovative and sustainable tourism project born from a personal and academic aspiration to create meaningful travel, deeply connected to nature and the cultural traditions of the Peniche region.

The objective of this project is to develop a business plan for an eco-friendly glamping accommodation model complemented by immersive local experiences, promoting sustainability, circular economy principles, and community engagement, while addressing the growing demand for authentic and enriching tourism.

Situated in a privileged natural setting, EcoRaiz combines comfort, sophistication, and environmental respect. Beyond accommodation, it offers artisanal workshops and activities linked to local agriculture and gastronomy, actively involving the community and contributing to the socio-economic development of the region.

The conclusions indicate that EcoRaiz represents a viable and innovative alternative to conventional tourism, enhancing local value creation and promoting responsible tourism that respects cultural and natural heritage. The project demonstrates that authentic, sustainable tourism experiences can be successfully integrated with strategic marketing and digital communication.

More than an academic exercise, EcoRaiz materializes a purpose: traveling with meaning, strengthening the connection between visitor, territory, and community.

Keywords: sustainable tourism; glamping; local experiences; digital marketing; social media; nature tourism

Índice

Originalidade e Direitos de Autor.....	iii
Dedicatória.....	iv
Agradecimentos	v
Resumo	vi
Abstract.....	vii
Lista de Figuras	xi
Lista de tabelas	xii
Lista de siglas e acrónimos	xiii
Capítulo 1- Introdução.....	1
Capítulo 2 – Revisão da Literatura	3
2.1. Turismo na Natureza e Turismo Rural.....	6
2.2 Glamping e Turismo Sustentável.....	8
2.3 Empreendedorismo e Plano de Negócios	11
Capítulo 3 - Metodologia	15
3.1 Enquadramento Metodológico.....	16
3.2 Técnicas de Investigação Utilizadas.....	16
3.2.1 Abordagem Qualitativa: Entrevistas Exploratórias	17
3.2.2 Análise Exploratória de Comentários Online.....	22
3.3 Etapas do Desenvolvimento do Projeto	23
3.4 Limitações Metodológicas.....	25
Capítulo 4 –Análise do Mercado.....	27
4.1 Envolvente Mediata – Análise PEST	27
4.1.1 Envolvente Político-Legal.....	28
4.1.2 Envolvente Económica.....	29
4.1.3 Envolvente Sociocultural	30
4.1.4 Envolvente Tecnológica.....	31
4.2 Envolvente Imediata	32
4.2.1 Caracterização do Setor Hoteleiro.....	32
4.2.1.1 Perspetivas Específicas do Turismo na Região do Oeste (Peniche)	33
4.2.2 Análise da Concorrência	34

4.2.3 Modelo das Cinco Forças de Porter.....	35
4.2.3.1 Rivalidade entre Concorrentes.....	36
4.2.3.2 Poder de Negociação dos Fornecedores	37
4.2.3.3 Poder de Negociação dos Clientes.....	37
4.2.3.4 Ameaça de Novos Concorrentes.....	38
4.2.3.5 Ameaça de Produtos ou Serviços Substitutos	38
4.2.4 Análise SWOT.....	39
4.2.5. Fatores Críticos de Sucesso (FCS)	43
Capítulo 5 – Desenvolvimento da Estratégia	46
5.1 Missão	46
5.2 Visão.....	46
5.3 Valores	46
5.4 Objetivos Estratégicos.....	47
5.5 Segmentação, Targeting e Posicionamento	47
5.6 Estratégia de Negócio	49
5.7 Modelo de Negócio e Estrutura Legal da Empresa	50
5.7.1 Modelo de Negócio	50
5.7.2 Estrutura Legal da Empresa.....	52
Capítulo 6 – Planos de Implementação	54
6.1 Plano de Marketing	54
6.1.1 Marketing-Mix	56
6.1.1.1 Produto	58
6.1.1.2 Preço	60
6.1.1.3 Distribuição	61
6.1.1.4 Comunicação	63
6.1.1.5 Pessoas, Processos e Evidências Físicas	64
6.2 Plano de Recursos Humanos	66
6.3 Plano de Operações	67
6.3.1 Licenciamento	67
6.3.2 Enquadramento Jurídico	68
6.3.3 Localização.....	69
6.3.4 Instalações e Equipamentos.....	70
6.3.5 Sistemas e Processos	71
6.3.6 Gestão e Controlo de Qualidade	74

6.3.7. Aprovisionamento e Gestão de Stocks	75
6.4.1 Investimento Inicial.....	77
6.4.2 Financiamento	78
6.4.3 Modelo de Receita.....	79
6.4.4 Custos Operacionais	80
6.4.5 Análise de Cenários Financeiros (VAL e TIR)	82
Capítulo 7 – Conclusão	88
Referências Bibliográficas	92
Glossário.....	99
Anexos	101
Anexo A – Enquadramento Legal do Projeto (RJET).....	101
Apêndices	104
Apêndice A - Website.....	104
Apêndice B - Regulamento Interno do EcoRaiz Glamping & Experiências Locais .	105
Apêndice C – Questionário de avaliação de satisfação do hóspede	106
Apêndice D – Menu do pequeno-almoço.....	107
Apêndice E – Kit de Boas-Vindas EcoRaiz	109
Apêndice F – Linha de merchandising EcoRaiz.....	110
Apêndice G – Newsletter.....	113
Apêndice H- Tabela de Preços	116
Apêndice I- Personas.....	117
Apêndice J – Descrição Genérica das Funções.....	118
Apêndice K – Processo de Recrutamento e Habilitações Mínimas	119
Apêndice L – Matriz de Gestão de Recursos Humanos.....	120
Apêndice M - Plano Semanal de Atividades	121
Apêndice N – Imagens ilustrativas do conceito EcoRaiz	122
Apêndice O – Quadro de síntese dos principais contributos teóricos da Revisão da Literatura	125

Lista de Figuras

Figura 1 – Principais motivações para a escolha de experiências de glamping	16
Figura 2 – Aspectos mais valorizados no turismo sustentável	17
Figura 3 – Principais obstáculos à escolha de alojamento de glamping	19
Figura 4 – Logótipo do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais.....	54

Lista de tabelas

Tabela 1 – Síntese da análise exploratória de comentários online sobre experiências de glamping	20
Tabela 2 – Etapas do desenvolvimento do projeto EcoRaiz	22
Tabela 3 – Oportunidades e desafios do contexto concorrencial	33
Tabela 4 – Matriz SWOT do projeto EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais	39
Tabela 5 – Estrutura de preços do EcoRaiz	60
Tabela 6 – Canais de distribuição do EcoRaiz	62
Tabela 7 – Investimento inicial do projeto EcoRaiz	78
Tabela 8 – Estrutura de financiamento do investimento inicial do EcoRaiz	79
Tabela 9 – Estrutura de preços médios por refúgio	80
Tabela 10 – Custos operacionais anuais do EcoRaiz	82
Tabela 11 – Cenários de ocupação, estratégias associadas e resultados esperados	83
Tabela 12 – Análise da VAL e da TIR por cenário	85

Lista de siglas e acrónimos

ATL – Above the Line (comunicação de marketing realizada através de meios de massa, como imprensa, televisão, rádio e eventos)

BTL – Below the Line (ações de comunicação direta e segmentada, como marketing digital, email marketing e redes sociais)

ESTM – Escola Superior de Turismo e do Mar

INE – Instituto Nacional de Estatística

ISO – International Organization for Standardization

RJET – Regime Jurídico dos Empreendimentos Turísticos

TIR – Taxa Interna de Rentabilidade

UNWTO – United Nations World Tourism Organization

VAL – Valor Atual Líquido

Capítulo 1- Introdução

Viajar é, para muitos, uma oportunidade de descoberta, lazer ou simples mudança de rotina. Para mim, viajar não é apenas lazer ou descoberta: viajar é um estilo de vida, um caminho constante de aprendizagem e de conexão genuína com os lugares e as pessoas. Esta paixão pelo turismo, aliada a uma consciência crescente sobre os desafios ambientais e sociais do nosso tempo, levou-me a idealizar o projeto EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais, um empreendimento turístico inovador e sustentável, profundamente ligado à natureza e à cultura local da região de Peniche.

A escolha deste tema justifica-se pela crescente importância do turismo sustentável, amplamente reconhecida na literatura e por organismos internacionais como a World Tourism Organization, bem como pela evolução do comportamento do consumidor turístico, que demonstra uma crescente procura por experiências autênticas, personalizadas e memoráveis (Pine e Gilmore, 1999; Greg Richards, 2011). Paralelamente, num contexto marcado pela massificação do turismo tradicional e pelos seus impactos socioambientais, têm emergido novas formas de turismo mais sustentáveis e centradas na experiência do visitante (Dean MacCannell, 1973).

Neste enquadramento, o EcoRaiz surge como uma proposta diferenciadora, que combina alojamento de glamping, experiências culturais e participação ativa da comunidade, contribuindo para o desenvolvimento local sustentável.

Objetivos do trabalho:

- Geral: Desenvolver um plano de negócios para um empreendimento turístico sustentável que combine glamping e experiências locais, promovendo valor económico, social e ambiental.

- Específicos:

Analisar o mercado e a viabilidade económica do projeto;

Propor estratégias de marketing digital e comunicação;

Definir experiências culturais que envolvam e beneficiem a comunidade local.

Métodos e técnicas utilizados:

O trabalho recorre a revisão bibliográfica sobre turismo sustentável, turismo rural e glamping, análise de mercado e benchmarking de concorrentes, bem como planeamento estratégico, definição de modelo de negócio e avaliação económica e financeira do projeto.

Estrutura do trabalho:

O estudo encontra-se organizado em sete capítulos principais:

Capítulo 1 – Introdução: apresentação do tema, enquadramento, objetivos, metodologia utilizada e estrutura do trabalho.

Capítulo 2 – Revisão da Literatura: conceitos fundamentais do turismo sustentável, rural e glamping, e enquadramento do plano de negócios.

Capítulo 3 – Metodologia: descrição da abordagem metodológica, técnicas de recolha de dados, fontes utilizadas e limitações do estudo.

Capítulo 4 – Análise do Mercado: análise do macro e microambiente, concorrência e aplicação de ferramentas estratégicas.

Capítulo 5 – Desenvolvimento da Estratégia: definição de missão, visão, valores, objetivos, estratégias de marketing e modelo de negócio.

Capítulo 6 – Planos de Implementação: planos de marketing, operações, recursos humanos e financeiros.

Capítulo 7 – Conclusão: síntese dos resultados, implicações, limitações e recomendações para estudos futuros.

Neste contexto, o presente projeto pretende contribuir para a reflexão e prática do turismo sustentável em Portugal, através do desenvolvimento de uma proposta de negócio inovadora, alinhada com as tendências contemporâneas do turismo experiencial e de natureza (Richards, 2011).

Capítulo 2 – Revisão da Literatura

O Turismo, enquanto fenómeno social, económico e cultural, tem vindo a assumir um papel central nas sociedades contemporâneas, tanto a nível nacional como internacional. Para além da sua relevância económica, enquanto atividade geradora de emprego e promotora do desenvolvimento regional, o turismo desempenha igualmente uma função social e cultural, ao facilitar o contacto entre diferentes culturas, a valorização do património e a dinamização das comunidades locais. Como refere Cunha (2006), o turismo constitui uma das formas mais expressivas de ocupação dos tempos livres, permitindo aos indivíduos o contacto com realidades distintas e a vivência de experiências que contribuem para o seu enriquecimento pessoal e social.

Nas últimas décadas, a evolução do comportamento do consumidor turístico tem evidenciado uma mudança significativa nas motivações de viagem. Os turistas contemporâneos demonstram uma crescente procura por experiências com significado, autenticidade e ligação emocional ao destino, afastando-se progressivamente de modelos de turismo massificado e padronizado (Pine e Gilmore, 1999; Greg Richards, 2011; MacCannell, 1973).

Esta transformação reflete alterações mais amplas nos estilos de vida, nas preocupações ambientais e na valorização do bem-estar físico, emocional e social. Neste contexto, emergem tendências turísticas que privilegiam experiências imersivas, sustentáveis e personalizadas (World Tourism Organization, 2018; Richards, 2011).

A crescente valorização da sustentabilidade tem vindo a assumir um papel estruturante no desenvolvimento do turismo. O conceito de turismo sustentável baseia-se na necessidade de responder às necessidades dos turistas e das comunidades anfitriãs, assegurando simultaneamente a preservação dos recursos naturais, culturais e sociais para as gerações futuras (Weaver, 2006). Esta abordagem implica uma visão integrada do desenvolvimento turístico, na qual se articulam objetivos económicos, ambientais e socioculturais. Medeiros de Araújo (2008) reforça esta perspetiva ao identificar princípios fundamentais associados à sustentabilidade, nomeadamente o planeamento holístico e estratégico, a manutenção dos

processos ecológicos essenciais, a preservação da herança cultural e da biodiversidade, e a garantia de uma produtividade duradoura a longo prazo.

Paralelamente, a literatura tem vindo a destacar a importância crescente da autenticidade e da identidade local na experiência turística. Pine e Gilmore (1999), ao introduzirem o conceito de economia da experiência, defendem que o valor económico deixou de residir exclusivamente nos produtos ou serviços, passando a centrar-se na criação de experiências memoráveis, personalizadas e emocionalmente significativas. Neste sentido, o turismo contemporâneo privilegia propostas capazes de envolver o visitante a múltiplos níveis, promovendo vivências que estimulem os sentidos, as emoções e a reflexão.

No âmbito destas transformações, o marketing experiencial assume particular relevância enquanto abordagem estratégica. Schmitt (1999) propõe que as experiências de consumo se estruturam em cinco dimensões fundamentais: sensorial, afetiva, cognitiva, física/comportamental e social. Estas dimensões devem ser integradas de forma coerente na conceção e comunicação das ofertas turísticas, permitindo a criação de experiências holísticas e diferenciadoras. No domínio específico do turismo, Rebocho (2000) aprofunda esta abordagem ao identificar diferentes tipos de intimidade associados à experiência turística, nomeadamente a intimidade física, verbal, espiritual e intelectual, reforçando a ideia de que a experiência turística ultrapassa a simples fruição do espaço, envolvendo relações, valores e significados partilhados.

Associado a estas tendências, o conceito de slow tourism tem vindo a ganhar destaque na literatura académica. Dickinson e Lumsdon (2010) defendem que esta abordagem privilegia a qualidade da experiência em detrimento da quantidade de atividades, promovendo um ritmo de viagem mais consciente, reflexivo e enraizado no território. O slow tourism incentiva estadias mais prolongadas, um maior envolvimento com as comunidades locais e uma relação mais equilibrada com o ambiente, contribuindo para a sustentabilidade social, cultural e ambiental dos destinos turísticos.

A literatura recente tem igualmente evidenciado o papel do alojamento turístico enquanto elemento ativo na construção da experiência e da imagem do destino. Estudos demonstram que unidades de alojamento que incorporam elementos identitários, culturais e simbólicos tendem a gerar maior envolvimento emocional por parte dos visitantes, contribuindo para experiências mais memoráveis e para a diferenciação do destino (Almeida et al., 2026). Esta perspetiva reforça a importância de modelos de alojamento que integrem o território, a cultura local e narrativas autênticas na sua proposta de valor.

Mais recentemente, a investigação tem vindo a identificar a emergência de novos perfis de turistas, com destaque para a Geração Z, cujas preferências de viagem se encontram fortemente associadas a experiências em contacto com a natureza, valores ambientais e autenticidade experiencial. Marlina et al. (2026) introduzem o conceito de eco-experiential tourism, caracterizado por experiências turísticas reflexivas, sustentáveis e profundamente enraizadas na natureza, que promovem o bem-estar emocional e a ligação ao território. Estes turistas demonstram uma elevada sensibilidade às questões ambientais e sociais, privilegiando propostas turísticas alinhadas com valores de responsabilidade, sustentabilidade e significado pessoal.

No que respeita ao processo de decisão turística, a digitalização do setor assume um papel central. A reputação online e o electronic word-of-mouth (eWOM) tornaram-se determinantes na escolha de destinos e unidades de alojamento, especialmente entre os consumidores mais jovens. Perez-Aranda, Tolkach e Panchal (2026) evidenciam que as avaliações online, os comentários de outros utilizadores e a coerência da presença digital influenciam significativamente a perceção de confiança e a decisão de compra. Neste contexto, a comunicação digital assume-se como uma ferramenta estratégica fundamental, permitindo às organizações turísticas construir relações significativas com os seus públicos, através de narrativas autênticas e alinhadas com a experiência efetivamente proporcionada (Kotler et al., 2017).

Em síntese, a revisão da literatura evidencia um conjunto de transformações estruturais no turismo contemporâneo, marcadas pela valorização da sustentabilidade, da autenticidade, da experiência e do envolvimento emocional do turista. Estes contributos teóricos fornecem

uma base conceptual sólida para a análise de segmentos turísticos emergentes, de modelos de alojamento alternativos e de abordagens empresariais inovadoras, permitindo compreender as dinâmicas que moldam a procura turística atual e orientam o desenvolvimento de projetos turísticos alinhados com as tendências do setor.

2.1. Turismo na Natureza e Turismo Rural

No contexto das transformações recentes do turismo contemporâneo, o turismo de natureza e o turismo rural assumem particular relevância enquanto respostas à crescente procura por experiências autênticas, sustentáveis e promotoras de bem-estar. Perante o ritmo acelerado da vida urbana, a hiperconexão digital e o aumento dos níveis de stress associados ao quotidiano, os turistas demonstram uma crescente valorização do contacto com ambientes naturais e rurais, procurando formas de reconexão com o território, a cultura e o essencial.

De forma abrangente, o turismo de natureza engloba todas as formas de turismo cuja principal motivação é a fruição de ambientes naturais, com ou sem a prática de atividades específicas. Segundo Dias (2003), este tipo de turismo assenta na valorização dos atributos naturais do território, ainda que nem sempre implique um compromisso explícito com a conservação ambiental. Neste sentido, importa distinguir o turismo de natureza do ecoturismo, conceito que surgiu na década de 1980, associado aos movimentos ambientalistas que procuravam conciliar o desenvolvimento da atividade turística com a preservação dos ecossistemas naturais (Fennell, 2020).

O ecoturismo assume-se como uma abordagem mais exigente e ética ao turismo em meio natural, baseada em princípios como a conservação ambiental, a educação do visitante e a geração de benefícios económicos e sociais para as comunidades locais. Mais do que a simples prática de atividades ao ar livre, o ecoturismo pressupõe uma atitude consciente por parte do visitante, orientada para a minimização dos impactos negativos e para o respeito pelos ecossistemas e pelas culturas locais (Completo, 2007; Honey, 2008). Apesar do seu crescimento enquanto segmento turístico, o conceito de ecoturismo continua a ser alvo de interpretações ambíguas e utilizações indevidas, sendo frequentemente associado a práticas que nem sempre respeitam os seus princípios fundamentais (Fennell, 2020).

A diversidade conceptual associada a este segmento reflete a sua complexidade e riqueza. Termos como turismo de natureza, turismo na natureza, ecoturismo, turismo verde, turismo sustentável ou turismo ativo são frequentemente utilizados de forma intercambiável, embora apresentem nuances conceptuais distintas (Silva, 2013; Silva & Umbelino, 2017). Como referem da Cruz Vitorio, de Aquino e de Aquino (2023), estas tipologias podem ser analisadas a partir de diferentes perspetivas: a territorial, centrada na visitação de áreas naturais e rurais; a experiencial, associada   prática de atividades ao ar livre; e a  tica, relacionada com a sustentabilidade ambiental, social e cultural.

O turismo rural surge neste enquadramento como uma expressão complementar e territorializada do turismo de natureza, desenvolvendo-se em espaços de baixa densidade populacional, fortemente ligados ao património natural, histórico e cultural. Este segmento proporciona experiências baseadas no quotidiano local, nas tradições, nos saberes-fazer e nas relações de proximidade entre visitantes e comunidades anfitri as (Cavaco, 2009; Silva & Leal, 2020). Ao valorizar o tempo, o espaço e a vivência do território, o turismo rural promove uma lógica de desaceleração, alinhada com os princípios do *slow tourism*, incentivando estadias mais prolongadas e um envolvimento mais profundo com o destino.

Quando associado ao turismo comunitário, o turismo rural assume uma dimensão ainda mais relevante no âmbito do desenvolvimento sustentável. Neste modelo, as comunidades locais participam ativamente na conceção, gestão e promoção da oferta turística, assegurando que os benefícios econ micos permanecem no território e contribuindo para o reforço da identidade local e do sentimento de pertença (Carvalho & Patrício, 2019). A Organização Mundial do Turismo reconhece o turismo comunitário como uma ferramenta estratégica para a redução das desigualdades territoriais, a preservação cultural e a promoção de modelos de turismo mais inclusivos e resilientes (OMT, 2021).

A legislação portuguesa reforça igualmente a articulação entre natureza e ruralidade no contexto turístico. De acordo com a Resolução do Conselho de Ministros n.é 112/98, de 25

de agosto, o turismo de natureza “pressupõe a prática integrada de atividades diversificadas, que vão desde o usufruto da natureza através de passeios, caminhadas ou atividades desportivas, até ao contacto com o ambiente rural e as culturas locais, através da gastronomia, manifestações etnográficas e rotas temáticas”. Esta definição evidencia a natureza multifacetada do segmento e a sua articulação entre património natural e cultural.

Mais do que uma tendência de mercado, o turismo de natureza e rural representa uma resposta estruturada às preocupações contemporâneas relacionadas com a sustentabilidade, o bem-estar e a procura por autenticidade. A sua prática incentiva modelos de desenvolvimento turístico mais conscientes e regeneradores, nos quais o impacto ambiental é minimizado e as comunidades locais assumem um papel central na criação e valorização da experiência turística (Martins & Silva, 2018). Para além dos benefícios económicos, este tipo de turismo contribui para a preservação dos territórios, a revitalização das economias rurais e a valorização dos recursos endógenos.

2.2 Glamping e Turismo Sustentável

Num contexto em que o viajante contemporâneo procura experiências singulares que conciliem conforto, autenticidade e respeito pela natureza, o glamping — resultante da junção dos termos glamorous e camping — surge como resposta a um novo perfil de procura turística. Este segmento posiciona-se como uma alternativa híbrida entre a hotelaria convencional e o campismo tradicional, rejeitando tanto a massificação associada aos grandes empreendimentos turísticos como a precariedade frequentemente atribuída ao alojamento ao ar livre. Mais do que uma tendência passageira, o glamping afirma-se como um conceito inovador no âmbito do turismo de natureza, ao integrar luxo discreto, contacto direto com o meio natural e práticas alinhadas com os princípios do turismo sustentável.

A origem do termo remonta às últimas décadas do século XX, quando os safaris africanos começaram a oferecer aos turistas ocidentais tendas sofisticadas, equipadas com comodidades comparáveis às de unidades hoteleiras de luxo, mas inseridas em paisagens naturais de elevado valor ambiental (Brooker & Joppe, 2013). Este modelo procurava proporcionar conforto sem comprometer a experiência imersiva na natureza. Com o passar

do tempo, o conceito de glamping evoluiu e diversificou-se, estendendo-se a diferentes geografias e contextos, e abrangendo estruturas como yurts, tipis, cabanas nas árvores, bolhas transparentes, domes geodésicos ou casas flutuantes. Apesar da diversidade tipológica, todas estas soluções partilham um denominador comum: oferecer uma estadia diferenciadora em plena natureza, com forte componente estética e uma filosofia ambientalmente consciente (Boscoboinik & Bourquard, 2012; Cvelić-Bonifačić et al., 2017).

Embora o termo seja frequentemente associado à ideia de “acampamento de luxo”, o glamping não se define apenas pela qualidade das acomodações ou pelo nível de conforto proporcionado. Trata-se de um conceito que envolve um posicionamento ético e estratégico, no qual a sustentabilidade ambiental, o envolvimento comunitário e a criação de experiências memoráveis assumem um papel central (Erkiliç & Yildirim, 2019; Lyu et al., 2020). Neste sentido, o glamping aproxima-se dos princípios do turismo sustentável, ao procurar equilibrar os interesses económicos dos operadores turísticos com a preservação dos recursos naturais e culturais e o bem-estar das comunidades locais.

A prática do glamping está intrinsecamente ligada à utilização responsável dos recursos naturais. As unidades de alojamento são, regra geral, concebidas para minimizar a intervenção no território, recorrendo a materiais naturais, reciclados ou de baixo impacto ambiental, estruturas desmontáveis ou temporárias e soluções arquitetónicas integradas na paisagem. Paralelamente, muitos projetos de glamping apostam no uso de energias renováveis, na gestão eficiente da água e em sistemas de redução e separação de resíduos, contribuindo para a diminuição da pegada ecológica da atividade turística (Brochado & Pereira, 2017; Eremić, 2021).

Para além da dimensão ambiental, o glamping assume igualmente uma forte componente experiencial. Ao privilegiar unidades de pequena escala e uma relação de proximidade com o território, este tipo de alojamento promove atividades de baixo impacto, como caminhadas interpretativas, observação de fauna e flora, práticas de bem-estar ao ar livre, experiências gastronómicas baseadas em produtos locais e workshops ligados aos saberes tradicionais. Estas práticas contribuem para uma vivência mais profunda do destino e para o reforço da

ligação emocional entre o visitante e o lugar, um elemento cada vez mais valorizado no comportamento do consumidor turístico (Rebocho & Correia, 2017).

A literatura recente tem vindo a demonstrar que os atributos específicos do glamping exercem um impacto direto na satisfação do turista. O estudo desenvolvido por Yang, Chen e Wu (2026) evidencia que fatores como o conforto, a integração paisagística, a sustentabilidade ambiental e a autenticidade da experiência influenciam positivamente a perceção de valor e a satisfação global dos hóspedes. Estes resultados reforçam a ideia de que o glamping se distingue não apenas pela tipologia de alojamento, mas sobretudo pela experiência holística e sustentável que proporciona.

O crescimento do glamping encontra-se igualmente associado às novas sensibilidades do turista contemporâneo, particularmente evidentes no período pós-pandemia. A procura por espaços abertos, maior segurança sanitária, privacidade e afastamento das multidões impulsionou a preferência por alojamentos em meio natural, caracterizados por uma menor densidade de ocupação e uma maior sensação de exclusividade (Craig & Karabas, 2021). Adicionalmente, o glamping revela-se um produto turístico versátil, capaz de atrair tanto o campista tradicional, em busca de maior comodidade, como o turista urbano interessado numa alternativa diferenciadora à hotelaria clássica (Cvelić-Bonifačić et al., 2017).

A dimensão emocional associada ao glamping tem igualmente sido objeto de atenção na investigação académica. Estudos sobre comportamento do consumidor turístico indicam que as intenções de viagem estão fortemente associadas a fatores emocionais, como o desejo de escape, a reconexão com a natureza, o bem-estar e a procura por experiências significativas. Neste enquadramento, o glamping apresenta-se como uma tipologia de alojamento particularmente atrativa para segmentos mais jovens, nomeadamente a Geração Z, que valoriza propostas de turismo eco-experiencial, enraizadas na natureza e alinhadas com valores de sustentabilidade, autenticidade e equilíbrio emocional (Marlina et al., 2026).

Apesar do seu potencial e crescimento, o glamping enfrenta ainda desafios estruturais, sobretudo ao nível do enquadramento legal e regulamentar. No contexto português, a legislação reconhece genericamente a existência de instalações destinadas a alojamento nos parques de campismo e caravanismo, incluindo unidades de glamping, sem, contudo, estabelecer critérios específicos que orientem a sua implementação e operação (Assembleia da República, 2017). Esta lacuna pode dificultar a padronização da oferta, a credibilização do segmento e a tomada de decisão por parte de investidores e operadores turísticos.

Neste enquadramento, o glamping pode ser entendido como uma tipologia de alojamento alinhada com os princípios do turismo sustentável e experiencial, capaz de contribuir para a valorização dos territórios, a diversificação da oferta turística e o desenvolvimento de economias locais de pequena escala. A sua integração em contextos rurais e naturais reforça o potencial do glamping enquanto instrumento de promoção de modelos de turismo mais conscientes, responsáveis e orientados para a criação de valor económico, social e ambiental a longo prazo.

2.3 Empreendedorismo e Plano de Negócios

O empreendedorismo no turismo assume, atualmente, um papel central no desenvolvimento de iniciativas diferenciadoras, sobretudo quando associado ao turismo sustentável e de nicho. Num contexto marcado por consumidores mais conscientes, exigentes e atentos ao impacto das suas escolhas, já não é suficiente oferecer apenas um serviço turístico convencional. Torna-se essencial inovar, adotar abordagens criativas e integrar uma forte responsabilidade social e ambiental, capaz de gerar valor não apenas económico, mas também social e ecológico. Neste sentido, Drucker (1985) define o empreendedorismo como a capacidade de identificar oportunidades e transformá-las em soluções que criam valor, uma perspetiva que se encontra profundamente alinhada com os princípios subjacentes ao projeto EcoRaiz.

Esta visão é reforçada por Page e Ateljevic (2011), que encaram o empreendedorismo turístico como um motor de inovação, diferenciação e desenvolvimento sustentável, particularmente relevante para projetos de pequena escala e orientados para nichos específicos. Segundo os autores, iniciativas empreendedoras no turismo têm um papel

determinante na valorização dos territórios, na criação de experiências autênticas e na resposta a novas tendências de procura, características que se refletem claramente na proposta de valor do EcoRaiz.

Para que uma ideia inovadora se transforme num negócio viável e sustentável, a elaboração de um plano de negócios sólido revela-se fundamental. Mais do que um simples documento formal, o plano de negócios constitui um instrumento estratégico que orienta todo o percurso do projeto, permitindo definir objetivos claros, analisar o mercado e a concorrência, delinear estratégias de marketing e estruturar os aspetos financeiros e operacionais do negócio (Hisrich, Peters & Shepherd, 2017; Scarborough, 2015). No caso de projetos turísticos sustentáveis, este planeamento assume ainda maior relevância, uma vez que deve integrar preocupações éticas, sociais e ambientais desde a fase inicial de conceção do negócio (Bansal & Roth, 2000).

No âmbito do turismo sustentável, o plano de negócios ultrapassa a lógica da rentabilidade económica, incorporando também a avaliação do impacto ambiental e social da atividade turística. Gössling, Scott e Hall (2012) salientam a necessidade de práticas que promovam a proteção dos recursos naturais, o respeito pela cultura local e a justiça social. O projeto EcoRaiz enquadra-se nesta perspetiva ao propor um modelo de glamping que alia conforto e bem-estar a práticas responsáveis, como a utilização de energias renováveis, a gestão eficiente de recursos e a colaboração direta com a comunidade local, contribuindo para a valorização sustentável do território de Peniche. O espaço rural surge, assim, como um contexto privilegiado para o desenvolvimento de iniciativas empreendedoras no turismo, sobretudo quando assentes na autenticidade, na valorização dos recursos endógenos e no envolvimento da população local (Milheiro, Martins & Alves, 2014).

Paralelamente, o projeto EcoRaiz responde a uma tendência crescente de procura por experiências turísticas autênticas, conscientes e transformadoras. Pine e Gilmore (1999) destacam que os consumidores valorizam cada vez mais experiências memoráveis, enquanto a UNWTO (2021) evidencia uma crescente procura por formas de turismo mais sustentáveis e responsáveis. A autenticidade assume, neste contexto, um papel central, uma vez que os

turistas procuram uma ligação genuína ao destino, às pessoas e à cultura local. Como refere Cohen (1988), o valor da experiência turística reside na capacidade de proporcionar interações significativas, indo além da simples observação do destino, objetivo que o EcoRaiz pretende concretizar através da integração de experiências locais e do contacto direto com a comunidade.

Para assegurar o sucesso e a sustentabilidade do projeto, torna-se essencial compreender de forma aprofundada o contexto em que o negócio irá operar. Neste sentido, o modelo PEST constitui uma ferramenta relevante para a análise do macroambiente, permitindo identificar fatores políticos, económicos, sociais e tecnológicos que podem influenciar o desempenho do negócio (Yüksel, 2012). A compreensão destes fatores é determinante para antecipar tendências, minimizar riscos e adaptar a estratégia empresarial a um contexto em constante mudança.

Ao nível do microambiente, a conjugação das Cinco Forças de Porter com a análise SWOT permite obter uma visão integrada da competitividade do setor e da posição estratégica do próprio negócio (Porter, 1991; Namugenyi et al., 2019). Estas ferramentas possibilitam a identificação de oportunidades e ameaças externas, bem como de pontos fortes e fracos internos, contribuindo para a definição de estratégias capazes de gerar uma vantagem competitiva sustentável, conforme defendido por Barney (1991).

A definição clara do público-alvo constitui outro elemento essencial para o sucesso do EcoRaiz. O modelo STP — Segmentação, Targeting e Posicionamento — revela-se particularmente útil para compreender os diferentes perfis de turistas, selecionar os segmentos mais atrativos e posicionar a marca de forma coerente e diferenciadora (Swarbrooke & Horner, 2002; Lima & de Carvalho, 2010; Moutinho, 2000). A escolha de nichos de mercado alinhados com os valores da sustentabilidade, autenticidade e bem-estar, bem como um posicionamento claro e consistente, são fatores determinantes para a atratividade e competitividade do projeto (Lendrevie et al., 2015).

Por fim, para estruturar de forma clara e visual o modelo de negócio, o Business Model Canvas de Osterwalder e Pigneur (2011) assume um papel central. Esta ferramenta, organizada em nove blocos fundamentais, permite compreender e comunicar de forma integrada a lógica de criação, entrega e captura de valor do EcoRaiz, facilitando o alinhamento estratégico entre os diferentes componentes do negócio.

Deste modo, a articulação entre os diversos modelos estratégicos — PEST para a análise do macroambiente, Cinco Forças e SWOT para o microambiente, STP para a definição de mercado e posicionamento, e Canvas para a estruturação do modelo de negócio — proporciona uma abordagem abrangente e integrada, essencial para o desenvolvimento sustentável e competitivo do EcoRaiz. Este equilíbrio entre inovação, responsabilidade social e ambiental e viabilidade económica encontra-se alinhado com a visão contemporânea do turismo responsável, contribuindo para o desenvolvimento sustentável da região de Peniche e para a valorização do turismo de base local (Font & McCabe, 2017; Porter, 2008; da Silva Ferreira, Fontana & da Silva, 2025).

A revisão da literatura permitiu enquadrar os principais conceitos associados ao turismo de natureza e rural, ao glamping enquanto tipologia de alojamento sustentável e experiencial, e ao empreendedorismo no setor do turismo sustentável. A análise dos contributos teóricos evidencia a crescente valorização de experiências autênticas, do contacto com a natureza, da sustentabilidade ambiental e do envolvimento das comunidades locais no comportamento do turista contemporâneo. Este enquadramento conceptual constitui a base teórica que sustenta o desenvolvimento do projeto e orienta a definição da metodologia adotada, apresentada no capítulo seguinte.

Capítulo 3 - Metodologia

O projeto EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais segue uma abordagem qualitativa, exploratória e descritiva, focada na criação conceptual de um produto turístico sustentável e inovador, alinhado com as tendências atuais do setor. O objetivo principal é desenvolver um plano que integre práticas reais e promova o turismo de forma consciente e original.

Inicialmente, realizou-se uma revisão bibliográfica aprofundada, que fundamentou os conceitos-chave relacionados com turismo sustentável, turismo de natureza, turismo experiencial, glamping, comportamento do consumidor, marketing territorial e comunicação digital. Esta fase é essencial para garantir uma base sólida e para orientar todo o desenvolvimento do projeto.

Na sequência, procedeu-se a uma análise de mercado e benchmarking, onde foram estudados casos similares em Portugal e no estrangeiro. Este levantamento permitiu identificar boas práticas, estratégias de posicionamento, tendências de consumo, elementos diferenciadores e fatores críticos de sucesso. Com esta análise, assegurou-se que o EcoRaiz assenta em princípios de inovação, relevância e aplicabilidade real.

O desenvolvimento do projeto organiza-se em três grandes componentes: (1) conceção do produto turístico — definição das estruturas de glamping, enquadramento territorial e experiências locais; (2) posicionamento estratégico da marca — missão, visão, valores e definição do público-alvo; (3) plano estratégico de marketing e comunicação — com ênfase em canais digitais, storytelling, identidade visual e estratégias de fidelização.

Embora este trabalho não se configure como um plano de negócios tradicional, com projeções financeiras detalhadas, a sua estruturação contempla critérios de coerência, sustentabilidade e inovação, com vista a assegurar a viabilidade técnica e comercial do produto.

O processo de desenvolvimento seguiu quatro fases principais e sequenciais: análise do mercado e contexto, definição dos elementos estratégicos, planeamento dos aspetos operacionais, e, por fim, avaliação da viabilidade e impacto do projeto. Esta estrutura facilita uma visão integrada e progressiva do negócio proposto.

Importa referir que, neste projeto, não foi realizada recolha direta de dados empíricos. A análise documental e comparativa foi, portanto, o principal instrumento para fundamentar as decisões estratégicas, reconhecendo-se as limitações desta abordagem, mas valorizando o rigor e a profundidade da pesquisa teórica.

Esta metodologia permitiu explorar de forma criativa e rigorosa o potencial do Eco

Raiz, contribuindo para o desenvolvimento de modelos turísticos que respondem aos desafios ambientais, sociais e económicos do século XXI.

3.1 Enquadramento Metodológico

A presente proposta insere-se num contexto académico e profissional de planeamento turístico sustentável, tendo como objetivo principal a construção de um plano de negócios para um projeto de Eco-Glamping com experiências locais na zona de Peniche. Por se tratar de um trabalho de natureza aplicada, a metodologia adotada assume uma abordagem qualitativa e exploratória, privilegiando a análise conceptual e estratégica em detrimento da aplicação de instrumentos estatísticos formais.

A metodologia qualitativa permite uma compreensão mais aprofundada da realidade envolvente, focando-se na interpretação, na construção de significados e na análise de contextos socioculturais. Esta abordagem é particularmente pertinente quando se pretende explorar ideias inovadoras e desenvolver propostas de valor que respondam a novas tendências de consumo no setor turístico.

3.2 Técnicas de Investigação Utilizadas

O processo de investigação iniciou-se com uma revisão bibliográfica aprofundada, com o objetivo de sustentar teoricamente os conceitos estruturantes do projeto, como turismo de natureza, turismo rural, glamping, sustentabilidade, comportamento do consumidor e marketing turístico. Esta revisão permitiu não só compreender a evolução e o enquadramento dos temas abordados, mas também identificar oportunidades e lacunas no mercado que justificam a proposta desenvolvida.

Posteriormente, procedeu-se a uma análise de benchmarking, através da observação e comparação de projetos semelhantes em Portugal e noutros países europeus, com enfoque na originalidade da oferta, modelos de gestão, práticas sustentáveis e estratégias de comunicação. Esta análise foi essencial para posicionar o projeto no mercado e garantir a sua diferenciação.

Ainda que o projeto não tenha recorrido à recolha de dados primários (como entrevistas ou questionários), procurou-se garantir racionalidade, fundamentação e coerência na construção da proposta através de fontes fiáveis e da observação de boas práticas no setor.

3.2.1 Abordagem Qualitativa: Entrevistas Exploratórias

Com o objetivo de reforçar a componente prática do presente projeto e obter uma perceção mais próxima da realidade do mercado, foi adotada uma abordagem qualitativa de carácter exploratório, através da realização de entrevistas semiestruturadas, orientadas por um guião previamente definido.

As entrevistas tiveram como finalidade compreender melhor as motivações, expectativas e perceções dos potenciais consumidores relativamente ao turismo de natureza, ao conceito de glamping e à importância atribuída à sustentabilidade e às experiências locais. Esta técnica revelou-se adequada por permitir recolher opiniões detalhadas e interpretar significados, valores e atitudes associados às escolhas turísticas, especialmente em fases iniciais de desenvolvimento de projetos inovadores.

A recolha de dados envolveu um total de 10 participantes, seleccionados de forma intencional, com base no seu interesse prévio por experiências de turismo sustentável, contacto com a natureza e estilos de viagem alternativos. A amostra incluiu indivíduos maioritariamente com idades compreendidas entre os 26 e os 45 anos, de ambos os géneros, correspondendo a um perfil ativo, com autonomia financeira e sensibilidade para propostas diferenciadoras no setor do turismo.

As entrevistas foram realizadas em formato online, de forma informal, permitindo maior flexibilidade e espontaneidade nas respostas. Embora esta abordagem não tenha como objetivo a generalização estatística dos resultados, contribui para a identificação de tendências, padrões de comportamento e fatores-chave relevantes para a definição da proposta de valor do projeto EcoRaiz.

No que respeita aos resultados obtidos, verificou-se que a proximidade à natureza surgiu como a principal motivação para a escolha de experiências de glamping, sendo referida pela maioria dos entrevistados, seguida do conforto associado à autenticidade e do interesse por experiências culturais e locais. Estes dados reforçam a pertinência de uma oferta que combine bem-estar, contacto com o território e envolvimento emocional, pilares centrais do conceito EcoRaiz.

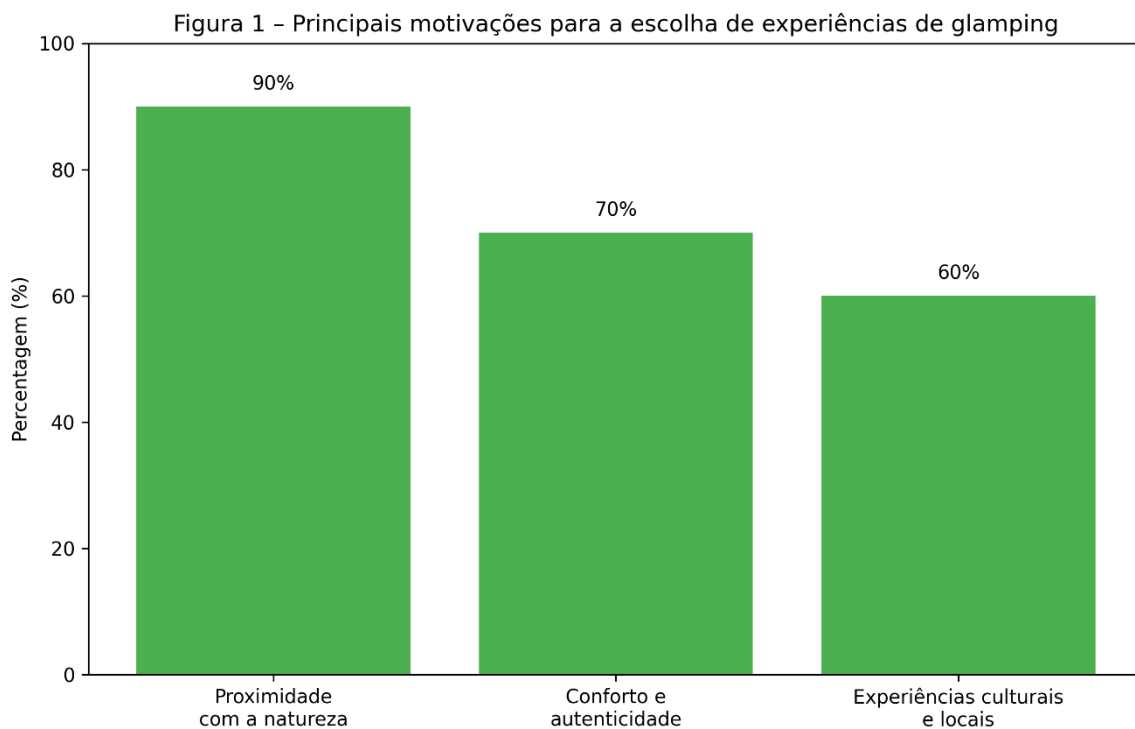


Figura 1 – Principais motivações para a escolha de experiências de glamping.

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados recolhidos através das entrevistas (2025).

Como se observa na Figura 2 a proximidade com a natureza é claramente a motivação mais relevante para os participantes, referida por 90% dos inquiridos. O conforto aliado à autenticidade surge em segundo lugar, com 70%, enquanto as experiências culturais e locais são mencionadas por 60% dos entrevistados. Estes resultados evidenciam a importância de uma oferta turística que combine bem-estar, contacto com o meio natural e ligação emocional ao território, elementos centrais do conceito EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais.

Relativamente à frequência de prática deste tipo de turismo, uma parte significativa dos participantes indicou realizar experiências de turismo de natureza ou glamping entre uma a três vezes por ano, evidenciando um interesse crescente, ainda que não regular, por este segmento. No que diz respeito à sustentabilidade, os entrevistados destacaram como aspetos mais valorizados a redução do impacto ambiental e o apoio à economia local, demonstrando uma consciência ética associada às suas escolhas de consumo turístico.

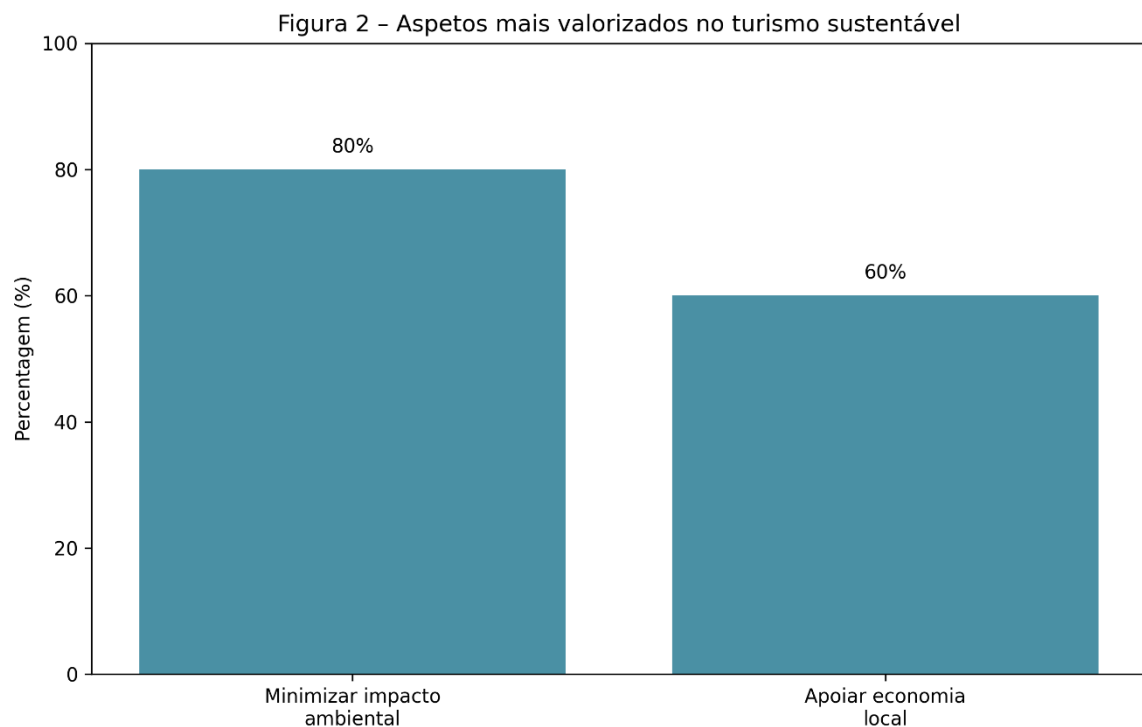


Figura 2 – Aspetos mais valorizados no turismo sustentável

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados recolhidos através das entrevistas (2025).

A análise da Figura 2 evidencia que os participantes valorizam sobretudo a minimização do impacto ambiental, destacada por 80% dos inquiridos, seguida do apoio à economia local,

mencionada por 60%. Estes resultados reforçam a importância de integrar práticas sustentáveis no EcoRaiz, mostrando que o público não procura apenas conforto e experiências autênticas, mas também uma dimensão ética e responsável, que contribua para a preservação do território e para o fortalecimento da comunidade local.

Além das preocupações ambientais e sociais, os participantes demonstraram também interesse por experiências que promovam a cultura, o artesanato e a gastronomia local, evidenciando que procuram vivências completas e autênticas no destino

A preferência por alojamentos que integrem atividades ligadas à cultura local, ao artesanato e à gastronomia regional foi também amplamente referida, legitimando a aposta do projeto em parcerias com agentes locais e na valorização do património cultural da região de Peniche. Nas respostas abertas, surgiram expressões que evidenciam a procura por tranquilidade, autenticidade e ligação emocional ao lugar, como a valorização do silêncio, da paisagem natural e do contacto com a comunidade local.

No que se refere ao papel da tecnologia na experiência turística, os resultados revelaram alguma diversidade de opiniões. Enquanto alguns participantes demonstraram interesse em ferramentas digitais de apoio à interpretação do território, outros manifestaram preferência por experiências mais simples e desconectadas, o que reforça a necessidade de equilíbrio entre inovação tecnológica e preservação da autenticidade da experiência.

Entre os principais obstáculos identificados à escolha de alojamentos de glamping destacaram-se o preço e a falta de informação, fatores que deverão ser cuidadosamente considerados na estratégia de comunicação e posicionamento do projeto.

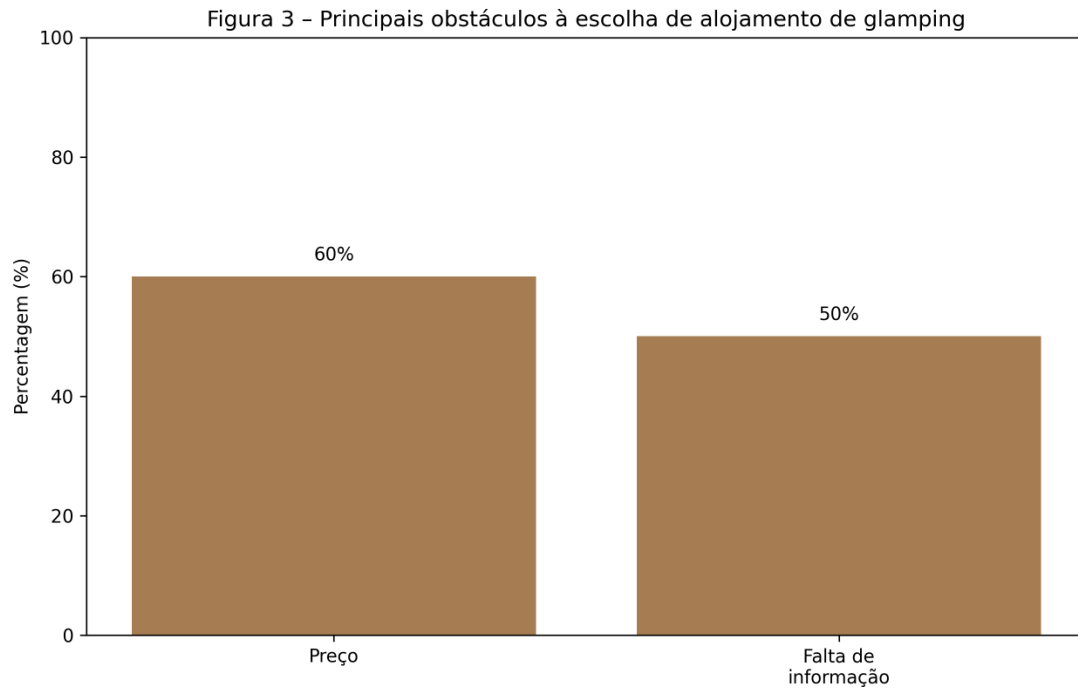


Figura 3 – Principais obstáculos à escolha de alojamento de glamping

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados recolhidos através das entrevistas (2025).

A análise da Figura 3 evidencia que o preço e a falta de informação surgem como os principais obstáculos à escolha de experiências de glamping, mencionados por 60% e 50% dos inquiridos, respetivamente. Estes resultados reforçam a necessidade de uma estratégia de comunicação clara e transparente, bem como de políticas de preços acessíveis, de forma a tornar o EcoRaiz mais atrativo e inclusivo para o público-alvo.

Por fim, a totalidade dos entrevistados atribuiu elevada importância ao contributo do projeto para a valorização da comunidade local e para a inclusão social, confirmando a relevância social e territorial da missão do EcoRaiz.

De forma global, esta abordagem qualitativa permitiu validar as premissas fundamentais do projeto e apoiar decisões estratégicas relacionadas com a definição do público-alvo, a conceção das experiências locais e o posicionamento do EcoRaiz enquanto proposta de turismo sustentável, autêntico e alinhado com as tendências contemporâneas do setor.

3.2.2 Análise Exploratória de Comentários Online

Complementarmente à aplicação do questionário/guia da entrevista, foi realizada uma análise exploratória de comentários online, com o objetivo de compreender percepções reais e espontâneas de hóspedes que experienciaram estadias em unidades de glamping situadas na região Oeste de Portugal.

Os comentários foram observados em plataformas digitais como o Booking e o Google Maps, privilegiando testemunhos autênticos deixados por visitantes de empreendimentos com características semelhantes ao conceito do EcoRaiz. Esta observação informal, de natureza qualitativa, permitiu identificar padrões de satisfação, expectativas e frustrações, fornecendo uma visão complementar à recolha de percepções obtida através do questionário.

Tabela 1 – Síntese da análise exploratória de comentários online sobre experiências de glamping

Dimensão analisada	Aspetos positivos mais referidos	Aspetos críticos identificados
Experiência global	Forte contacto com a natureza; tranquilidade; sensação de bem-estar; ambiente relaxante	Relação entre preço e valor percebido
Alojamento	Conforto das unidades; estética cuidada; integração harmoniosa na paisagem; privacidade	Necessidade pontual de manutenção; limpeza em algumas situações
Serviço e acolhimento	Atendimento personalizado; simpatia e disponibilidade dos anfitriões	Falta de clareza na comunicação de alguns serviços incluídos
Envolvimento local e experiências	Autenticidade; contacto com a cultura local; experiências diferenciadoras	Oferta limitada ou pouco estruturada de atividades locais

Fonte: Elaboração própria, com base na análise de comentários online (Booking e Google Maps, 2025).

Conforme se observa na Tabela 1, os testemunhos analisados revelaram elevados níveis de satisfação quando as experiências apresentavam uma forte ligação à natureza, autenticidade local e acolhimento personalizado por parte dos anfitriões. Os visitantes destacaram positivamente o conforto das instalações, a privacidade e a integração harmoniosa com o ambiente natural, aspetos considerados essenciais para uma experiência de glamping memorável.

Por outro lado, foram igualmente identificados pontos críticos e fatores de insatisfação, nomeadamente a necessidade de manutenção adequada das infraestruturas, a limpeza, a clareza na comunicação dos serviços oferecidos e a relação entre o preço e o valor percebido. Estes elementos revelam aspetos a melhorar e contribuem para a definição de estratégias que garantam uma experiência mais consistente e satisfatória.

A leitura e interpretação destes comentários permitiram ainda compreender que os hóspedes valorizam experiências genuínas, com forte componente cultural e comunitária, bem como atividades que promovam o contacto direto com o território. Assim, a análise confirmou a pertinência da proposta do EcoRaiz, ao apostar em autenticidade, sustentabilidade e envolvimento local como pilares centrais da sua oferta.

Em síntese, esta análise exploratória de comentários online proporcionou insights valiosos sobre as preferências e expectativas do público, contribuindo para reforçar as decisões estratégicas relacionadas com o posicionamento, a comunicação e o desenho da experiência do projeto. A conjugação desta técnica com o questionário qualitativo permitiu alcançar uma visão mais completa e realista do comportamento e das motivações do turista interessado em experiências de glamping e turismo de natureza.

3.3 Etapas do Desenvolvimento do Projeto

O desenvolvimento do projeto EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais foi conduzido através de um conjunto de etapas sequenciais e interligadas, com o objetivo de garantir uma abordagem estruturada, coerente e sustentada na criação de um plano de negócios alinhado com os princípios do turismo sustentável.

Estas etapas permitiram integrar a componente teórica, a análise do mercado e a recolha qualitativa de perceções, assegurando uma base sólida para a definição da proposta de valor e do posicionamento estratégico do projeto.

Tabela 2 – Etapas do desenvolvimento do projeto EcoRaiz

Fase	Objetivo	Método / Técnica	Resultados esperados
1. Revisão bibliográfica	Fundamentar o projeto em bases teóricas sólidas	Pesquisa em bases académicas e relatórios institucionais	Conceitos-chave e tendências relevantes
2. Benchmarking	Identificar boas práticas e estratégias de diferenciação	Análise comparativa de projetos similares	Fatores críticos de sucesso
3. Entrevistas	Recolher perceções qualitativas do público-alvo	Entrevista semi-estruturada	Tendências e motivações dos turistas
4. Comentários online	Complementar perceções reais de hóspedes	Observação em plataformas como Booking e Google Maps	Aspetos valorizados e pontos críticos
5. Construção da proposta de valor	Integrar as aprendizagens na criação do produto	Análise interpretativa e síntese dos dados	Definição do conceito e do posicionamento da marca
6. Elaboração do plano de negócios e marketing	Consolidar a estratégia e avaliar a viabilidade	Planeamento estratégico e comunicação digital	Plano coerente, sustentável e aplicável

Fonte: Elaboração própria (2025).

Conforme sintetizado na Tabela 2, o desenvolvimento do projeto iniciou-se com uma revisão bibliográfica e uma análise de benchmarking, fundamentais para o enquadramento conceptual e para a identificação de boas práticas no setor do turismo sustentável e do glamping.

Seguidamente, recorreu-se a técnicas qualitativas, nomeadamente entrevistas exploratórias e análise de comentários online, que permitiram recolher perceções reais e aprofundar o

conhecimento sobre motivações, expectativas e fatores críticos valorizados pelos potenciais consumidores.

As etapas finais centraram-se na integração destas aprendizagens na construção da proposta de valor e na elaboração do plano de negócios e marketing, assegurando uma abordagem estratégica, sustentável e orientada para a aplicabilidade prática do projeto EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais.

3.4 Limitações Metodológicas

A principal limitação metodológica do presente projeto prende-se com a natureza exploratória da investigação e com a reduzida dimensão da recolha de dados primários, não tendo sido aplicadas técnicas quantitativas em larga escala, como inquéritos estatisticamente representativos ou entrevistas estruturadas. Esta opção foi assumida de forma consciente, atendendo ao carácter conceptual e aplicado do trabalho, centrado na conceção de um plano estratégico de Eco-Glamping, mais do que numa análise estatística aprofundada do mercado.

Adicionalmente, a realização de entrevistas exploratórias com um número limitado de participantes implica restrições ao nível da generalização dos resultados. Ainda assim, esta abordagem permitiu recolher perceções qualitativas relevantes e insights fundamentais para alinhar a proposta de valor do EcoRaiz com expectativas reais de potenciais visitantes.

A análise de comentários online constituiu igualmente uma ferramenta complementar importante, embora assente em testemunhos espontâneos e não sistematizados, o que pode introduzir algum viés de seleção, refletindo sobretudo as experiências de utilizadores mais motivados a partilhar opiniões em plataformas digitais.

Apesar destas limitações, considera-se que a diversidade e a qualidade das fontes secundárias consultadas, aliadas à observação de boas práticas no setor e à recolha exploratória de perceções do público, conferem ao trabalho consistência, rigor e aplicabilidade prática.

Reconhece-se, por fim, que o projeto poderá ser aprofundado futuramente através da realização de estudos de viabilidade económico-financeira mais detalhados, da aplicação de técnicas quantitativas com amostras representativas e da condução de entrevistas aprofundadas a stakeholders locais e potenciais clientes. Estas abordagens permitirão

reforçar a robustez do plano estratégico apresentado e contribuir para o desenvolvimento sustentado do projeto EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais.

Capítulo 4 –Análise do Mercado

4.1 Envolve Mediata – Análise PEST

Com o objetivo de compreender o contexto externo que enquadra o desenvolvimento do projeto EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais, recorreu-se à análise PEST, uma ferramenta estratégica amplamente utilizada para avaliar os fatores Políticos-Legais, Económicos, Socioculturais e Tecnológicos que influenciam a atividade turística. Esta abordagem permite obter uma visão estruturada do macroambiente, fundamental para apoiar decisões estratégicas informadas e coerentes com a realidade do setor.

No que respeita aos fatores Políticos-Legais (P), destacam-se a legislação aplicável ao turismo, ao alojamento e à proteção ambiental, bem como as políticas públicas, programas de incentivo e estratégias nacionais e europeias orientadas para o turismo sustentável. Estes elementos podem constituir oportunidades relevantes para projetos de glamping, mas também impor restrições que exigem um enquadramento legal rigoroso.

Os fatores Económicos (E) incluem variáveis como o contexto macroeconómico, o poder de compra dos consumidores, a inflação, o custo de vida e a evolução do rendimento disponível. Estes aspetos influenciam diretamente a procura turística, a disposição para pagar por experiências diferenciadas e a viabilidade financeira do projeto, sendo particularmente relevantes num segmento que aposta na qualidade e no valor experiencial.

Relativamente aos fatores Socioculturais (S), importa considerar as mudanças nos estilos de vida, nas motivações de viagem e nos valores dos turistas, nomeadamente a crescente valorização da sustentabilidade, do bem-estar, da autenticidade e do contacto com a natureza. A demografia, os hábitos de consumo e a procura por experiências personalizadas assumem um papel determinante na adequação da oferta do EcoRaiz ao seu público-alvo.

Por fim, os fatores Tecnológicos (T) dizem respeito à evolução das tecnologias digitais, às plataformas de reserva online, às redes sociais e às ferramentas de comunicação e gestão que influenciam a promoção, a experiência do cliente e a eficiência operacional. A tecnologia assume, assim, um papel estratégico na criação de valor, desde que utilizada de forma equilibrada e coerente com a identidade sustentável e experiencial do projeto.

De forma global, a análise PEST oferece uma base sólida para o posicionamento estratégico do EcoRaiz, permitindo identificar oportunidades externas, antecipar riscos e alinhar o projeto com as dinâmicas do mercado turístico contemporâneo.

4.1.1 Envolvente Político-Legal

A envolvente político-legal assume um papel determinante no planeamento e desenvolvimento de projetos turísticos, sobretudo quando se trata de iniciativas localizadas em áreas rurais ou naturais, como é o caso do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais. Em Portugal, a legislação que regula o turismo de natureza e os modelos de alojamento alternativo, como o glamping, tem vindo a evoluir progressivamente, refletindo um compromisso crescente com a sustentabilidade, a proteção ambiental e a valorização dos territórios (Silva & Santos, 2019; Governo de Portugal, 2021).

O enquadramento legal do glamping é, na maioria das situações, integrado no regime dos empreendimentos turísticos em espaço rural, podendo assumir diferentes tipologias, como turismo de natureza, turismo em espaço rural (TER) ou, em determinados casos, alojamento local, consoante o modelo de exploração adotado (Decreto-Lei n.º 39/2008; Turismo de Portugal, 2020). Neste contexto, torna-se fundamental considerar o Regime Jurídico dos Empreendimentos Turísticos (RJET) e as suas atualizações, bem como as normas municipais relacionadas com o uso do solo, os processos de licenciamento e o ordenamento do território, que podem condicionar ou facilitar a implementação do projeto (Almeida, 2022).

Para além do enquadramento legal nacional, instrumentos estratégicos como a Estratégia Turismo 2027 e os diversos planos de ação para o turismo sustentável têm vindo a incentivar o desenvolvimento de projetos inovadores, diferenciadores e descentralizados, fora dos grandes centros urbanos. Estes documentos reforçam a importância da autenticidade, da interioridade e da valorização dos recursos endógenos, princípios que se encontram plenamente alinhados com a filosofia e os objetivos do EcoRaiz (Turismo de Portugal, 2021; Ministério do Ambiente, 2022). Existe, assim, uma clara orientação política no sentido de promover experiências turísticas sustentáveis, responsáveis e integradas nas comunidades locais (OECD, 2020).

Ao nível regional, o Turismo Centro de Portugal tem destacado a região Oeste como um território com elevado potencial para o turismo de natureza e experiências ao ar livre. Vários municípios da região têm vindo a implementar políticas de apoio ao empreendedorismo turístico e ao investimento em áreas menos massificadas, criando um contexto favorável ao surgimento de projetos como o EcoRaiz (Turismo Centro de Portugal, 2023).

Outro aspeto relevante prende-se com o acesso a fundos europeus e incentivos financeiros direcionados para projetos que promovam a sustentabilidade, a economia verde e a inovação social. Programas como o Portugal 2030 e o Plano de Recuperação e Resiliência (PRR) constituem oportunidades de financiamento importantes, sobretudo para iniciativas que valorizem os recursos locais, fomentem o desenvolvimento territorial e promovam a inclusão social — dimensões centrais na conceção do EcoRaiz (Comissão Europeia, 2022; Governo de Portugal, 2023).

Em síntese, o enquadramento político-legal apresenta-se globalmente favorável à implementação de projetos turísticos inovadores e sustentáveis. Mais do que uma exigência

normativa, este contexto constitui uma oportunidade estratégica para legitimar o EcoRaiz enquanto projeto responsável, alinhado com as políticas públicas em vigor, capaz de gerar impacto positivo na comunidade local e de contribuir para a preservação do património natural.

4.1.2 Envolvente Económica

A envolvente económica é um fator determinante para a viabilidade e sustentabilidade de qualquer projeto turístico, sobretudo quando se trata de conceitos alternativos como o glamping, que combinam contacto com a natureza, conforto e autenticidade. À semelhança de outros países europeus, Portugal atravessa atualmente um contexto económico desafiante, marcado pela inflação, pelo aumento das taxas de juro e pela pressão crescente sobre o custo de vida das famílias (Banco de Portugal, 2024; INE, 2024). Ainda assim, o setor do turismo tem demonstrado uma notável capacidade de resiliência e adaptação a contextos adversos (World Tourism Organization, 2023).

Nos últimos anos, o turismo tem-se afirmado como uma das principais forças motrizes da economia portuguesa. De acordo com o Instituto Nacional de Estatística (INE, 2024), o país voltou a atingir níveis recorde de receitas turísticas, com particular destaque para segmentos associados ao turismo de natureza, ao bem-estar e às experiências locais. Estas áreas apresentam uma clara afinidade com o posicionamento do projeto EcoRaiz, refletindo uma mudança progressiva no comportamento dos consumidores, cada vez mais atentos à sustentabilidade, à autenticidade e à procura de experiências significativas e diferenciadoras (Gomes & Ferreira, 2023; Turismo de Portugal, 2023).

No contexto regional, a região Oeste e, em particular, o concelho de Peniche têm registado um crescimento consistente da procura turística. Esta evolução é sustentada não apenas pelos recursos naturais, como as praias e a paisagem envolvente, mas também pela valorização da cultura local e pelo interesse crescente de um perfil de viajante mais consciente e ligado ao território (Turismo Centro de Portugal, 2023; Sousa & Almeida, 2022). Apesar de desafios estruturais como a sazonalidade da procura e a pressão imobiliária, o território mantém uma forte atratividade, beneficiando da proximidade a Lisboa e de boas acessibilidades rodoviárias (Oliveira, 2021).

Paralelamente, existem oportunidades relevantes de apoio ao empreendedorismo turístico sustentável. Programas como o Portugal 2030, o Plano de Recuperação e Resiliência (PRR) e os instrumentos financeiros do Turismo de Portugal disponibilizam mecanismos de financiamento orientados para a inovação, a sustentabilidade, a inclusão social e a valorização dos recursos endógenos (Comissão Europeia, 2022; Governo de Portugal, 2023). Estes apoios, aliados a regimes fiscais favoráveis para pequenas e médias empresas, contribuem para a mitigação do risco financeiro e para a aceleração da implementação de projetos com impacto económico e social positivo (Pereira & Rodrigues, 2021).

Neste enquadramento, o EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais surge como uma resposta alinhada com as dinâmicas atuais do mercado, ao posicionar-se num segmento em crescimento que privilegia alojamentos diferenciadores, conscientes e fortemente ligados ao

território. Mais do que um obstáculo, a conjuntura económica representa uma oportunidade estratégica para o desenvolvimento sustentável do projeto, permitindo conciliar autenticidade, conforto e ligação emocional à natureza, ao mesmo tempo que gera valor económico para os visitantes e para a comunidade local (Costa & Martins, 2023).

4.1.3 Envolvente Sociocultural

A envolvente sociocultural constitui um dos pilares fundamentais para o sucesso de qualquer projeto turístico, sobretudo quando este se desenvolve em territórios com forte identidade local e tradições enraizadas, como é o caso do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais. A compreensão das dinâmicas sociais, dos valores culturais, dos costumes e das expectativas da comunidade envolvente revela-se essencial para a criação de uma oferta turística que respeite e valorize a cultura local, ao mesmo tempo que proporciona experiências autênticas e memoráveis aos visitantes (Richards, 2007; Murphy, 1985).

A região onde se pretende implementar o EcoRaiz caracteriza-se por um património cultural rico e diversificado, que inclui festas tradicionais, gastronomia regional, artesanato, práticas agrícolas e modos de vida associados ao espaço rural. Este património deve ser encarado não apenas como um recurso turístico, mas como um elemento vivo, cuja preservação e valorização contribuem para o reforço do sentimento de pertença e identidade da comunidade local (UNESCO, 2012).

Atualmente, observa-se uma crescente procura por experiências turísticas genuínas, que permitam aos visitantes um contacto real com a cultura e a identidade dos destinos (Pine & Gilmore, 1999; UNWTO, 2022). Esta tendência, assente na valorização da autenticidade e no envolvimento com as populações locais, constitui uma oportunidade estratégica para o EcoRaiz se posicionar como um projeto que articula sustentabilidade ambiental com promoção cultural, fomentando um turismo responsável, consciente e respeitador dos territórios (Wang, 1999).

O envolvimento ativo da comunidade local assume, igualmente, um papel determinante para o sucesso e a aceitação social do projeto. Iniciativas turísticas que integram as populações em processos participativos tendem a gerar benefícios sociais, económicos e ambientais mais equilibrados, promovendo relações de cooperação e confiança entre os diferentes stakeholders (Scheyvens, 1999; Bramwell & Lane, 2011). Neste sentido, o EcoRaiz deverá apostar em parcerias locais, valorizando saberes tradicionais, práticas culturais e promovendo a inclusão social.

Importa ainda considerar as transformações socioculturais em curso, nomeadamente a crescente valorização do tempo livre, a adoção de estilos de vida mais saudáveis e o aumento do interesse por atividades ao ar livre e experiências turísticas imersivas (Global Wellness Institute, 2021; ETC, 2023). Estes fatores criam um contexto particularmente favorável ao desenvolvimento de um projeto de glamping que vá além da função de alojamento, oferecendo experiências de bem-estar, contacto com a natureza e imersão cultural. De acordo com os Censos de 2021, a região apresenta uma população maioritariamente adulta, o que pode representar simultaneamente desafios e oportunidades, sobretudo no que respeita à

valorização de saberes intergeracionais e à preservação de práticas culturais com forte significado identitário (INE, 2021).

Em síntese, a envolvente sociocultural do território constitui uma base sólida e inspiradora para o desenvolvimento do EcoRaiz, desde que o projeto seja implementado de forma sensível, respeitosa e integrada, reforçando as tradições locais e promovendo um turismo sustentável, inclusivo e verdadeiramente enriquecedor — tanto para quem visita como para quem habita o território.

4.1.4 Envolvente Tecnológica

Para um projeto inovador como o EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais, a atenção às tendências tecnológicas e a sua integração estratégica revelam-se fatores determinantes para a competitividade e sustentabilidade do projeto (Gretzel et al., 2015).

Nos últimos anos, o processo de digitalização tem alterado profundamente a forma como os turistas interagem com os prestadores de serviços turísticos. Plataformas de reserva online, redes sociais, aplicações móveis e sistemas digitais de gestão permitem não só aumentar a visibilidade e acessibilidade da oferta, como também personalizar a experiência do visitante, otimizar a comunicação e recolher feedback relevante para a melhoria contínua do serviço (Xiang & Gretzel, 2010; Tussyadiah & Wang, 2016).

Paralelamente, a incorporação de tecnologias sustentáveis assume particular relevância no contexto do EcoRaiz. Soluções como sistemas de energias renováveis, gestão eficiente e inteligente da água, monitorização do consumo energético e práticas de economia circular estão alinhadas com os princípios do turismo sustentável e com os valores ambientais que orientam o projeto (UNWTO, 2021). Para além de contribuírem para a redução do impacto ecológico, estas tecnologias podem constituir um fator diferenciador relevante, respondendo às expectativas de um público cada vez mais consciente e exigente em matéria de responsabilidade ambiental (Bramwell & Lane, 2011).

Outro aspeto a considerar prende-se com o potencial das tecnologias digitais na criação de experiências turísticas imersivas e educativas. Ferramentas como a realidade aumentada ou a realidade virtual podem ser utilizadas como suporte à interpretação do património natural e cultural, permitindo ao visitante aprofundar o seu conhecimento sobre o território, de forma interativa e envolvente, sem comprometer a autenticidade da experiência (Yovcheva, Buhalis & Gatzidis, 2012).

Em síntese, a envolvente tecnológica oferece um conjunto significativo de oportunidades para inovar, diferenciar e reforçar o posicionamento do EcoRaiz no mercado turístico. A integração criteriosa e equilibrada da tecnologia permite potenciar a experiência do visitante, otimizar a gestão do projeto e reforçar a sua missão de promover um turismo sustentável, acessível e alinhado com as exigências do turista contemporâneo, cada vez mais informado, conectado e atento às questões ambientais e sociais (Gretzel et al., 2015; UNWTO, 2021).

4.2 Envolve Imediata

Enquanto a análise da envolvente mediata permitiu compreender o contexto macroeconómico, político, sociocultural e tecnológico que influencia o setor turístico em Portugal, a análise da envolvente imediata centra-se nos fatores mais próximos e concretos que afetam diretamente o desenvolvimento do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais.

Esta análise incide sobre o funcionamento do mercado turístico local, as características da oferta existente, o comportamento dos concorrentes, as expectativas e preferências dos clientes, bem como as oportunidades e constrangimentos específicos do território de Peniche. A compreensão destes elementos é fundamental para avaliar a atratividade do mercado, identificar lacunas na oferta e definir um posicionamento competitivo coerente e diferenciador.

Conhecer a envolvente imediata permite, assim, alinhar a proposta do EcoRaiz com as necessidades reais dos turistas e com as dinâmicas do destino, garantindo uma integração harmoniosa no contexto local. Esta proximidade ao mercado e ao território revela-se essencial para o desenvolvimento de experiências autênticas, sustentáveis e com valor acrescentado, capazes de gerar impacto positivo tanto para os visitantes como para a comunidade de acolhimento.

4.2.1 Caracterização do Setor Hoteleiro

A evolução recente do turismo em Portugal evidencia uma adaptação contínua da oferta hoteleira às expectativas de um turista cada vez mais consciente, exigente e atento a fatores como a sustentabilidade, a autenticidade e a qualidade da experiência vivida no destino. Neste contexto, segmentos como o turismo de natureza, o turismo rural, o enoturismo e o turismo de bem-estar têm registado um crescimento significativo, refletindo a procura por propostas diferenciadoras e fortemente ligadas ao território.

O setor hoteleiro português tem vindo a apostar na modernização das infraestruturas, na digitalização dos serviços e na personalização da experiência do visitante, procurando conciliar a hospitalidade tradicional com soluções inovadoras e ambientalmente responsáveis (Buhalis & Law, 2008; Sigala, 2018). Esta evolução revela uma mudança estrutural no setor, onde o valor deixa de estar apenas no alojamento e passa a centrar-se na experiência global proporcionada ao hóspede.

No contexto da região Oeste e do concelho de Peniche, observa-se uma oferta turística marcada pela coexistência de unidades hoteleiras tradicionais, alojamento local e projetos de pequena escala orientados para nichos específicos, como o surf, o turismo de natureza e as experiências ao ar livre. Esta diversidade cria um ambiente competitivo, mas também favorável ao surgimento de propostas inovadoras que se diferenciem pela autenticidade, pela sustentabilidade e pela ligação à comunidade local.

Neste enquadramento, projetos como o EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais beneficiam de um posicionamento alinhado com as tendências atuais do setor, ao combinar

alojamento sustentável com experiências locais autênticas e personalizadas. O equilíbrio entre tradição e inovação assume-se, assim, como um fator crítico de sucesso, permitindo responder às novas exigências do mercado sem perder a identidade cultural e territorial.

De forma geral, o setor hoteleiro português encontra-se num momento de transição estratégica, em que a hospitalidade continua a ser um elemento distintivo, mas onde a sustentabilidade, a personalização da oferta e a integração com a cultura local emergem como fatores determinantes para a competitividade futura.

4.2.1.1 Perspetivas Específicas do Turismo na Região do Oeste (Peniche)

A região do Oeste, onde se insere o concelho de Peniche, destaca-se como um território de elevado potencial turístico, resultante da articulação entre recursos naturais de excelência, património cultural identitário e uma oferta crescente de experiências diferenciadas. Peniche assume particular relevância neste contexto, sendo reconhecida internacionalmente como um dos principais destinos de surf, acolhendo eventos de projeção global, como etapas do Campeonato Mundial de Surf da World Surf League, que contribuem significativamente para a visibilidade e atratividade turística da região (Carvalho & Brito, 2020).

Para além do surf, Peniche e a sua envolvente oferecem uma diversidade de recursos turísticos que enriquecem a experiência do visitante. Destacam-se a biodiversidade das Ilhas Berlengas, classificadas como Reserva da Biosfera pela UNESCO, bem como o património histórico e cultural associado à atividade piscatória, às tradições marítimas e ao artesanato local (UNESCO, 2019). Esta diversidade cria condições favoráveis ao desenvolvimento de produtos turísticos que combinam natureza, cultura, lazer ativo e gastronomia, respondendo a diferentes perfis de procura.

Nos últimos anos, tem-se verificado uma crescente valorização de produtos turísticos sustentáveis e de pequena escala na região, com particular incidência no turismo de natureza, no turismo rural, no enoturismo e em tipologias de alojamento alternativas, como o glamping. Esta evolução acompanha tendências globais associadas ao slow tourism, que privilegia experiências imersivas, de menor impacto ambiental e com forte ligação ao território e às comunidades locais (Concu & Atzeni, 2012; Dickinson & Lumsdon, 2010).

A notoriedade internacional do surf tem funcionado como um catalisador para a diversificação da oferta turística local, criando oportunidades para o desenvolvimento de produtos complementares que prolonguem a estadia e reduzam a dependência de um único segmento. No entanto, a região enfrenta também desafios estruturais, nomeadamente a sazonalidade da procura, a pressão sobre os recursos naturais e a necessidade de reforçar infraestruturas de apoio ao turismo, de forma a assegurar um crescimento equilibrado e sustentável (Turismo Centro de Portugal, 2022).

Neste enquadramento, Peniche e a região Oeste apresentam-se como um território estratégico para a implementação de projetos turísticos inovadores e sustentáveis, como o EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais, que procuram responder a uma procura

crescente por experiências autênticas, integradas no território e desenvolvidas em harmonia com o ambiente natural e cultural.

4.2.2 Análise da Concorrência

A análise da concorrência constitui uma etapa fundamental para compreender o posicionamento estratégico do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais no mercado turístico da região do Oeste. A identificação dos concorrentes diretos e indiretos permite reconhecer oportunidades, lacunas na oferta existente e fatores críticos de diferenciação, contribuindo para a definição de uma proposta de valor clara e competitiva (Porter, 2008).

Tabela 3 – Oportunidades e Desafios do Contexto Concorrencial

Oportunidades	Desafios
Crescente procura por turismo de natureza e experiências locais	Elevada sazonalidade
Valorização do turismo sustentável e autêntico	Pressão sobre o mercado imobiliário e aumento de custos
Incentivos públicos e financiamento europeu	Concorrência de alojamentos alternativos existentes
Proximidade a Lisboa e boas acessibilidades	Necessidade de integração cultural e social cuidadosa
Tecnologias para experiências personalizadas e imersivas	Gestão operacional de infraestruturas sustentáveis

Fonte: Elaboração própria (2025)

Os elementos sintetizados na Tabela 3 permitem enquadrar de forma clara os principais desafios e oportunidades enfrentados pelo projeto, que serão aprofundados na análise seguinte.

Na região do Oeste, a concorrência no segmento do glamping e do turismo sustentável apresenta-se ainda relativamente limitada, o que cria espaço para o desenvolvimento de projetos inovadores e diferenciadores. A oferta existente é maioritariamente composta por unidades de turismo rural, pequenos hotéis boutique e projetos orientados para o turismo de natureza, que oferecem conforto e contacto com o meio natural, mas que nem sempre integram práticas estruturadas de sustentabilidade ou um envolvimento consistente com a comunidade local (Bramwell & Lane, 2011; Gössling et al., 2015).

Entre os exemplos mais relevantes da região destaca-se o Bukubaki Eco Surf Resort, situado nas proximidades de Peniche. Este empreendimento combina alojamento ecológico com

atividades de surf e contacto direto com a natureza, sendo uma referência no turismo sustentável e experiencial. Contudo, o seu posicionamento está fortemente orientado para um público jovem e para o segmento do surf, enquanto o EcoRaiz pretende abranger um leque mais diversificado de visitantes, oferecendo experiências de glamping com elevado nível de conforto, associadas à cultura local, à gastronomia, ao artesanato e à educação ambiental, com forte integração comunitária (Carvalho & Brito, 2020).

A região conta ainda com diversas surf schools e escolas de desportos náuticos, que atraem turistas nacionais e internacionais. Embora representem concorrência indireta, estas entidades influenciam as escolhas de alojamento e a permanência dos visitantes no destino. Neste contexto, surgem oportunidades de cooperação estratégica, através do desenvolvimento de parcerias e pacotes integrados que combinem alojamento, experiências culturais e atividades desportivas, potenciando sinergias entre os diferentes agentes turísticos (UNWTO, 2021).

Adicionalmente, existem pequenas unidades de turismo rural e alojamentos locais em aldeias próximas, que oferecem tranquilidade e proximidade à natureza, mas que raramente estruturam experiências imersivas ligadas à cultura local ou à sustentabilidade ambiental. Esta limitação evidencia uma oportunidade clara para o EcoRaiz se afirmar como um projeto de alojamento experiencial, sustentável e autêntico, orientado para turistas mais conscientes e exigentes (Gretzel et al., 2015).

Do ponto de vista do marketing digital, observa-se que grande parte da concorrência utiliza plataformas de reserva online e redes sociais de forma essencialmente funcional, centrada na divulgação básica da oferta. A ausência de estratégias de storytelling e de envolvimento emocional com o visitante representa uma oportunidade de diferenciação para o EcoRaiz, que poderá apostar numa comunicação mais narrativa, alinhada com a autenticidade da experiência, o envolvimento comunitário e o compromisso ambiental (Sigala, 2018).

De forma sintética, a concorrência na região do Oeste apresenta-se diversificada, incluindo resorts ecológicos, unidades de turismo rural, escolas de surf e pequenos hotéis. Apesar da presença de operadores já consolidados, o EcoRaiz possui condições para ocupar um nicho próprio, assente na sustentabilidade, na autenticidade e na criação de experiências culturais e territoriais enriquecedoras, reforçando a ligação entre o visitante, a comunidade local e o ambiente natural.

4.2.3 Modelo das Cinco Forças de Porter

Para além da análise estrutural da competitividade setorial, a dinâmica de evolução dos destinos turísticos pode ser interpretada à luz do modelo do ciclo de vida do destino turístico proposto por Butler (1980, 1999), o qual permite compreender as fases de desenvolvimento e maturidade dos mercados turísticos.

O modelo das Cinco Forças de Porter, desenvolvido por Michael Porter (2008), constitui uma ferramenta estratégica fundamental para analisar o nível de competitividade de um setor e compreender os fatores que influenciam a sua atratividade e rentabilidade. Através da avaliação da rivalidade entre concorrentes, da ameaça de novos entrantes, da ameaça de produtos substitutos, do poder negocial dos clientes e do poder negocial dos fornecedores, este modelo permite identificar oportunidades e riscos estratégicos relevantes.

No contexto do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais, a aplicação do modelo das Cinco Forças revela-se particularmente pertinente para analisar o mercado do turismo de natureza e do glamping na região do Oeste. Este enquadramento possibilita compreender a dinâmica competitiva do setor, avaliar o posicionamento do projeto face à concorrência existente e identificar fatores críticos de diferenciação que possam reforçar a sua sustentabilidade económica e estratégica.

A análise das Cinco Forças permite, assim, apoiar a definição de estratégias que potenciem a criação de valor, minimizem pressões competitivas e consolidem um posicionamento distinto no mercado, alinhado com os princípios da sustentabilidade, da autenticidade e da valorização do território que orientam o projeto EcoRaiz.

4.2.3.1 Rivalidade entre Concorrentes

A rivalidade entre concorrentes nesta atividade, pode ser considerada moderada a elevada, variando em função do segmento turístico analisado. Existem operadores que oferecem experiências ligadas à natureza, ao conforto e, em alguns casos, à sustentabilidade, como o Bukubaki Eco Surf Resort, bem como pequenas unidades de turismo rural e hotéis boutique. Contudo, grande parte destas ofertas encontra-se direcionada para públicos específicos — nomeadamente jovens surfistas ou turistas interessados em turismo rural mais convencional —, não integrando, de forma estruturada, experiências culturais, práticas de economia circular ou um envolvimento profundo com a comunidade local (Carvalho & Brito, 2020).

Neste contexto, o EcoRaiz distingue-se ao propor um conceito de glamping que alia conforto e sofisticação a experiências culturais, workshops artesanais e atividades ligadas à gastronomia e aos saberes locais, criando uma proposta de valor diferenciada e difícil de replicar. Ainda assim, a existência de concorrência obriga a uma atenção contínua à qualidade da oferta e à capacidade de inovação.

A rivalidade competitiva funciona, assim, como um estímulo à diferenciação estratégica, incentivando o desenvolvimento de serviços únicos, parcerias locais sólidas e uma estratégia de comunicação assente em storytelling autêntico e envolvente. Estes elementos contribuem para reforçar a experiência do visitante e para consolidar o posicionamento do EcoRaiz num mercado cada vez mais exigente e orientado para experiências com significado (Gretzel et al., 2015).

4.2.3.2 Poder de Negociação dos Fornecedores

O poder de negociação dos fornecedores nesta atividade pode ser considerado moderado, sobretudo no que respeita a produtos e serviços de elevada qualidade e forte componente local, como alimentos biológicos, materiais ecológicos ou serviços culturais especializados. A dependência deste tipo de fornecedores pode, em determinados momentos, exercer pressão sobre os custos e a disponibilidade, especialmente em contextos de maior procura turística ou de sazonalidade.

Contudo, esta realidade pode ser estrategicamente transformada numa vantagem competitiva para o EcoRaiz. O estabelecimento de parcerias colaborativas, baseadas em relações de proximidade, confiança e contratos de médio e longo prazo, permite não só mitigar riscos associados ao fornecimento, como também garantir maior estabilidade, qualidade e coerência com os valores do projeto.

Ao trabalhar diretamente com produtores, artesãos e agentes culturais locais, o EcoRaiz reforça a sua ligação ao território, promove práticas de economia circular e contribui para a dinamização da economia local. Esta abordagem, para além de fortalecer a sustentabilidade económica e social do projeto, acrescenta valor à experiência do visitante, que passa a reconhecer o alojamento como parte integrante da comunidade e não como uma entidade isolada (Bramwell & Lane, 2011; UNWTO, 2021).

4.2.3.3 Poder de Negociação dos Clientes

O poder de negociação dos clientes no setor turístico é atualmente elevado, refletindo a ampla diversidade de ofertas disponíveis no mercado e a facilidade de acesso à informação através de plataformas digitais. Os turistas contemporâneos comparam preços, experiências e avaliações em tempo real, demonstrando expectativas cada vez mais exigentes em relação à personalização, autenticidade e impacto positivo das suas escolhas no meio ambiente e na comunidade local (Xiang & Gretzel, 2010).

No contexto do EcoRaiz, este elevado poder de negociação representa simultaneamente um desafio e uma oportunidade estratégica. Por um lado, exige um conhecimento aprofundado do perfil e das motivações dos visitantes; por outro, abre espaço à diferenciação através da criação de experiências únicas, alinhadas com valores de sustentabilidade, bem-estar e ligação ao território.

A utilização estratégica de ferramentas de marketing digital, storytelling, sistemas de reserva personalizados e uma presença ativa nas redes sociais permite não só responder às expectativas dos clientes, mas também reforçar a fidelização e criar uma ligação emocional entre o visitante e o projeto (Sigala, 2018). Desta forma, o EcoRaiz transforma a pressão exercida pelo cliente num fator de criação de valor experiencial, reforçando a perceção de exclusividade, autenticidade e significado da oferta turística.

4.2.3.4 Ameaça de Novos Concorrentes

A ameaça de entrada de novos concorrentes no segmento do glamping e do turismo sustentável na região do Oeste pode ser considerada moderada. Apesar de este tipo de projeto exigir um investimento inicial significativo, conhecimentos técnicos específicos e uma gestão cuidadosa de fatores ambientais, legais e operacionais, o crescimento da procura por turismo de natureza e experiências imersivas tem vindo a despertar o interesse de novos operadores (Porter, 2008).

Ainda assim, a entrada bem-sucedida neste mercado não depende apenas de recursos financeiros, mas também da capacidade de criar uma proposta de valor diferenciada e credível. Neste contexto, o EcoRaiz apresenta vantagens competitivas relevantes, assentes na integração consistente de práticas sustentáveis, na valorização da autenticidade do território e no envolvimento ativo da comunidade local.

A construção de uma identidade de marca sólida, o desenvolvimento de parcerias estratégicas com fornecedores e agentes locais, bem como a aposta contínua na inovação da experiência oferecida, contribuem para a criação de barreiras à entrada difíceis de replicar. Desta forma, o EcoRaiz reforça a sua posição no mercado e reduz o impacto potencial de novos entrantes, consolidando-se como um projeto diferenciado, enraizado no território e orientado para a criação de valor a longo prazo.

4.2.3.5 Ameaça de Produtos ou Serviços Substitutos

A ameaça de produtos ou serviços substitutos no contexto do EcoRaiz pode ser considerada moderada a elevada, tendo em conta a existência de alternativas como hotéis urbanos, hostels, resorts de praia ou experiências turísticas mais segmentadas, como estadias associadas exclusivamente ao surf. Estas opções podem satisfazer necessidades pontuais de alojamento ou lazer, sobretudo para turistas com motivações mais funcionais ou orientadas para o preço.

Contudo, o EcoRaiz distingue-se claramente destas ofertas ao integrar, num único conceito, conforto, sustentabilidade ambiental, envolvimento comunitário e experiências culturais e educativas. Esta proposta não se limita ao alojamento, mas assume-se como uma experiência holística, centrada no bem-estar, na autenticidade e na ligação emocional ao território.

Ao proporcionar vivências imersivas em contacto direto com a natureza e com a cultura local, o EcoRaiz cria um valor experiencial difícil de replicar por produtos turísticos convencionais. Assim, embora existam alternativas no mercado, estas tendem a tornar-se menos atrativas para turistas que procuram experiências significativas, responsáveis e alinhadas com princípios de sustentabilidade e impacto positivo no destino (Gössling et al., 2015).

4.2.4 Análise SWOT

A análise SWOT constitui uma ferramenta estratégica fundamental para a avaliação integrada de um projeto, permitindo identificar as Forças (Strengths) e Fraquezas (Weaknesses) de natureza interna, bem como as Oportunidades (Opportunities) e Ameaças (Threats) provenientes do contexto externo. A sua aplicação possibilita uma leitura clara da posição competitiva do projeto e apoia a definição de estratégias coerentes e sustentáveis.

No contexto do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais, a análise SWOT revela-se particularmente pertinente, uma vez que permite articular os recursos internos do projeto com as dinâmicas do mercado turístico da região do Oeste. Esta abordagem facilita a identificação dos principais fatores diferenciadores, das fragilidades a mitigar e das oportunidades a explorar, bem como dos riscos que podem comprometer o seu desenvolvimento.

Ao integrar os resultados das análises anteriores — nomeadamente a análise PEST, a análise da concorrência e o modelo das Cinco Forças de Porter — a SWOT assume um carácter sintético e estratégico, funcionando como base para a formulação de decisões orientadas para a sustentabilidade económica, ambiental e sociocultural do EcoRaiz.

Deste modo, esta análise contribui para consolidar uma visão estratégica equilibrada, permitindo reforçar os pontos fortes do projeto, corrigir vulnerabilidades e potenciar oportunidades de mercado, assegurando um posicionamento diferenciado, autêntico e alinhado com as expectativas do turista contemporâneo.

Tabela 4 – Matriz SWOT do projeto EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais

Forças (Strengths)	Fraquezas (Weaknesses)
Modelo inovador de glamping sustentável	Dependência de fornecedores locais
Experiências culturais e imersivas com envolvimento comunitário	Necessidade de elevado investimento inicial
Localização privilegiada na região de Peniche	Desafio de notoriedade inicial (brand awareness)
Forte compromisso com sustentabilidade ambiental e social	—
Estratégia de marketing digital e storytelling	—
Oportunidades (Opportunities)	Ameaças (Threats)
Crescimento do turismo de natureza e experiencial	Concorrência direta e indireta
Valorização de experiências autênticas e sustentáveis	Mudanças no comportamento do consumidor
Parcerias com surf schools e operadores locais	Sazonalidade da procura turística
Expansão através de canais digitais e reservas online	Impactos ambientais e climáticos
Eventos, workshops e experiências temáticas	Alterações na regulamentação turística e ambiental

Fonte: Elaboração própria.

Forças (Strengths)

Modelo inovador de glamping sustentável: O EcoRaiz combina conforto, sofisticação e práticas de turismo responsável, diferenciando-se de hotéis convencionais ou alojamentos rurais tradicionais (Gretzel et al., 2015).

Experiências culturais e imersivas: Workshops artesanais, atividades gastronómicas e interações com a comunidade local reforçam a autenticidade e promovem envolvimento direto dos visitantes (Bramwell & Lane, 2011).

Localização privilegiada: Situado em Peniche, com proximidade a praias, áreas naturais e centros culturais, o projeto beneficia de atratividade natural e potencial turístico consolidado (Carvalho & Brito, 2020).

Sustentabilidade e responsabilidade social: Integração de energias renováveis, gestão eficiente de recursos hídricos e práticas de economia circular, alinhando-se às expectativas de turistas conscientes (UNWTO, 2021).

Marketing digital e storytelling: A utilização estratégica de redes sociais, plataformas de reservas e marketing de conteúdo permite criar um vínculo emocional com os visitantes e promover a fidelização (Sigala, 2018).

Fraquezas (Weaknesses)

Dependência de fornecedores locais: A disponibilidade limitada de produtos e serviços sustentáveis pode influenciar custos e operações, exigindo uma gestão cuidadosa e diversificação de parceiros.

Necessidade de elevado investimento inicial: Projetos de glamping sustentável e experiências culturais requerem capital significativo para infraestruturas, formação e marketing (Porter, 2008).

Desafio de notoriedade inicial (brand awareness): Sendo um projeto novo e inovador, será necessário um esforço consistente de comunicação para conquistar visibilidade, confiança e reconhecimento junto do público-alvo.

Dependência de canais de distribuição: No início da sua atividade, enquanto a marca não for conhecida no mercado, as empresas ligadas ao Turismo, podem ter dificuldade em vender diretamente os seus serviços, pelo que podem estar dependentes dos diversos canais de distribuição.

Oportunidades (Opportunities)

Crescimento do turismo de natureza e experiencial: Tendências globais apontam para um aumento do interesse por turismo sustentável e experiências autênticas, criando um nicho favorável ao EcoRaiz (Gössling et al., 2015).

Parcerias com surf schools e operadores locais: Alianças estratégicas podem gerar sinergias, aumentar a atratividade do destino e diversificar a oferta de atividades (Carvalho & Brito, 2020).

Exploração do marketing digital e canais de reserva online: O reforço da presença digital e do storytelling permite alcançar turistas nacionais e internacionais de forma eficiente.

Eventos e workshops temáticos: A dinamização de experiências temporárias, festivais culturais ou workshops de sustentabilidade pode aumentar a notoriedade do projeto e o envolvimento do público.

Ameaças (Threats)

Concorrência direta e indireta: Hotéis boutique, unidades de turismo rural, eco-resorts e alternativas ligadas ao surf podem captar segmentos de mercado semelhantes, exigindo diferenciação contínua.

Mudanças no comportamento do consumidor: A rápida evolução das preferências e expectativas dos turistas obriga a uma constante capacidade de adaptação e inovação (Sigala, 2018).

Sazonalidade da procura turística: A forte concentração da procura em períodos específicos do ano, sobretudo no verão, pode impactar a estabilidade das receitas e a taxa de ocupação anual.

Impactos ambientais e climáticos: Eventos extremos ou alterações climáticas podem afetar a atratividade do destino e a operação de atividades ao ar livre.

Regulamentação e barreiras legais: Alterações na legislação ambiental, turística ou urbanística podem criar restrições operacionais, exigindo acompanhamento permanente (UNWTO, 2021).

Síntese

A análise SWOT evidencia que o EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais apresenta um conjunto sólido de fatores internos diferenciadores, destacando-se a inovação do conceito, o compromisso com a sustentabilidade e a forte componente experiencial e cultural, que constituem as suas principais forças.

As fraquezas identificadas, nomeadamente a dependência de fornecedores locais e a necessidade de um investimento inicial significativo, poderão ser mitigadas através de um planeamento estratégico adequado, da diversificação de parcerias e de uma gestão financeira prudente.

Em termos externos, o projeto encontra-se bem posicionado para aproveitar oportunidades associadas ao crescimento do turismo de natureza e experiencial, bem como à valorização de propostas autênticas e sustentáveis. Paralelamente, enfrenta ameaças como a sazonalidade da procura turística, a concorrência crescente e possíveis alterações no contexto económico e regulamentar, exigindo uma abordagem proativa, flexível e adaptativa.

Mais do que responder a desafios de mercado, o EcoRaiz ambiciona criar experiências memoráveis e significativas, promovendo uma ligação emocional entre o visitante, a natureza e a comunidade local, reforçando assim o seu posicionamento enquanto projeto turístico sustentável e com identidade própria.

4.2.5. Fatores Críticos de Sucesso (FCS)

Os Fatores Críticos de Sucesso (FCS) correspondem aos elementos-chave que condicionam a competitividade, a viabilidade e a sustentabilidade de um projeto, sendo determinantes para o seu desempenho no mercado (Rockart, 1979). No caso do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais, a identificação dos FCS resulta da análise integrada da envolvente mediata e imediata, articulando contributos da análise PEST, do modelo das Cinco Forças de Porter e da análise SWOT.

Esta abordagem permite definir um conjunto de fatores estratégicos que suportam a diferenciação do projeto, asseguram a sua coerência com as tendências do turismo sustentável e reforçam a sua capacidade de adaptação a um contexto competitivo e em constante transformação.

Diferenciação pela experiência e pela sustentabilidade

Um dos principais fatores críticos de sucesso do EcoRaiz reside na sua capacidade de oferecer uma proposta diferenciada, assente na conjugação entre glamping de elevado conforto, práticas de turismo sustentável e experiências culturais imersivas. A integração de atividades como workshops de artesanato local, experiências gastronómicas regionais e ações de sensibilização ambiental contribui para a criação de um valor experiencial superior, difícil de replicar por ofertas concorrentes (Gretzel et al., 2015).

Esta diferenciação reduz a sensibilidade ao preço, fortalece a identidade do projeto e reforça a ligação emocional entre o visitante, o território e a comunidade local, fatores cada vez mais valorizados pelo turista contemporâneo.

Exemplo prático: a implementação de um programa de agricultura sustentável, que permita aos hóspedes participar em atividades de cultivo ou colheita de produtos locais utilizados nas refeições, transforma a estadia numa experiência educativa e autêntica, reforçando o posicionamento do EcoRaiz enquanto projeto responsável e enraizado no território.

Localização estratégica e integração com o território

A localização em Peniche constitui um fator crítico de sucesso relevante, uma vez que o território combina recursos naturais, culturais e desportivos com elevada atratividade turística, nomeadamente praias reconhecidas para a prática de surf, áreas naturais protegidas e um património cultural identitário (Carvalho & Brito, 2020).

Para além da localização em si, a integração ativa com o território e com a comunidade local assume um papel central. A colaboração com produtores, artesãos, associações culturais e operadores turísticos locais permite reforçar a autenticidade da oferta, promover a economia local e criar experiências diferenciadas, alinhadas com os princípios do turismo sustentável.

Exemplo prático: o estabelecimento de parcerias com surf schools locais possibilita a criação de pacotes integrados de alojamento em glamping e aulas de surf, diversificando a oferta, alargando o público-alvo e reforçando a competitividade face a hotéis urbanos ou resorts de praia.

Gestão eficiente das operações e dos recursos

A eficiência operacional constitui outro fator crítico de sucesso determinante para a viabilidade económica e ambiental do EcoRaiz. A adoção de práticas de gestão eficientes, associadas à utilização responsável de recursos naturais, permite reduzir custos operacionais, minimizar impactos ambientais e assegurar uma experiência de qualidade consistente para os hóspedes (Bramwell & Lane, 2011).

A gestão sustentável da energia, da água, dos resíduos e dos fornecedores locais deve ser acompanhada por processos bem definidos e por uma monitorização contínua, garantindo o equilíbrio entre conforto, sustentabilidade e rentabilidade.

Exemplo prático: a utilização de sistemas inteligentes de monitorização do consumo energético e hídrico permite reduzir desperdícios e, simultaneamente, comunicar de forma transparente aos hóspedes os impactos positivos das práticas adotadas, acrescentando uma dimensão educativa à experiência turística.

Estratégia de marketing digital e comunicação

Num mercado turístico cada vez mais competitivo e digitalizado, a visibilidade online e a comunicação eficaz assumem-se como fatores críticos para o sucesso de projetos inovadores e diferenciadores (Sigala, 2018). No caso do EcoRaiz, a adoção de uma estratégia de marketing digital integrada é essencial para transmitir os valores de sustentabilidade, autenticidade e bem-estar que caracterizam a sua proposta.

O investimento em storytelling digital, na gestão estratégica das redes sociais, em campanhas segmentadas e na interação direta com os potenciais clientes permite reforçar a notoriedade

da marca, criar uma ligação emocional com o público-alvo e potenciar a fidelização. A personalização da experiência online, desde o primeiro contacto até ao pós-estadia, contribui igualmente para aumentar a probabilidade de retorno e recomendação.

Exemplo prático: a criação de conteúdos audiovisuais que retratem experiências culturais, práticas sustentáveis e testemunhos de hóspedes permite comunicar de forma autêntica o impacto positivo do EcoRaiz na comunidade local e no território, reforçando a credibilidade e o posicionamento do projeto.

Capacidade de inovação e adaptação

O setor do turismo caracteriza-se por uma elevada dinâmica e por mudanças constantes nas preferências e comportamentos dos consumidores, tornando a capacidade de inovação e adaptação um fator crítico de sucesso determinante (Gössling et al., 2015). Para o EcoRaiz, acompanhar tendências emergentes, incorporar novas tecnologias e atualizar continuamente as experiências oferecidas é essencial para garantir relevância e competitividade no médio e longo prazo.

A inovação deve ser entendida não apenas como introdução de tecnologia, mas também como capacidade de ajustar modelos de negócio, experiências e estratégias operacionais às expectativas do turista contemporâneo, cada vez mais exigente, informado e sensível às questões ambientais e sociais.

Exemplo prático: a integração de ferramentas de realidade aumentada para a interpretação do património natural e cultural de Peniche durante a estadia pode enriquecer a experiência do visitante, oferecendo conteúdos imersivos e educativos que reforcem a diferenciação do projeto.

Síntese dos Fatores Críticos de Sucesso

A análise dos Fatores Críticos de Sucesso evidencia que o desempenho do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais depende da articulação equilibrada entre diferenciação experiencial, sustentabilidade, inovação contínua e integração com o território e a comunidade local. A atenção estratégica a estes fatores permitirá não só consolidar a posição do projeto no mercado do glamping sustentável, como também gerar um impacto positivo e duradouro na região, através da criação de experiências memoráveis, autênticas e alinhadas com os valores do turismo contemporâneo.

Capítulo 5 – Desenvolvimento da Estratégia

A definição da estratégia do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais assenta na conjugação entre uma visão pessoal profundamente enraizada no território, o conhecimento das dinâmicas locais e uma análise rigorosa do mercado turístico. Esta abordagem permite estabelecer uma orientação estratégica coerente, onde os princípios éticos, ambientais e sociais se articulam com decisões operacionais e de marketing, assegurando a criação de valor para os visitantes, para a comunidade local e para o ambiente.

5.1 Missão

A missão do EcoRaiz é proporcionar experiências turísticas autênticas e sustentáveis, promovendo a ligação dos visitantes à natureza, à cultura e às tradições da região de Peniche. Proporcionando um espaço acolhedor onde cada estadia represente uma oportunidade de bem-estar, aprendizagem e contacto genuíno com o território, valorizando simultaneamente os recursos endógenos e a economia local, através de práticas de turismo responsável.

5.2 Visão

O EcoRaiz ambiciona afirmar-se como uma referência nacional no segmento do glamping sustentável, reconhecido pela autenticidade, inovação e qualidade das experiências oferecidas. A visão do nosso projeto passa por um crescimento estratégico equilibrado, assente na preservação ambiental, na proximidade à comunidade local e na capacidade de proporcionar experiências memoráveis, capazes de criar uma ligação emocional duradoura entre o visitante e o destino.

5.3 Valores

Os valores do EcoRaiz refletem a identidade do território e a ligação pessoal ao contexto local, funcionando como princípios orientadores de todas as decisões estratégicas e operacionais do projeto:

Sustentabilidade ambiental e social: compromisso com práticas, eco-responsáveis e contributo ativo para o desenvolvimento da comunidade local.

Autenticidade e cultura local: valorização da herança cultural, da gastronomia, do artesanato e das tradições da região de Peniche.

Excelência e inovação: oferta de experiências diferenciadas, de elevada qualidade, alinhadas com as tendências do turismo contemporâneo.

Bem-estar e conexão: criação de momentos que promovam relaxamento, contacto com a natureza e equilíbrio entre corpo e mente.

5.4 Objetivos Estratégicos

Em coerência com a missão, visão e valores definidos, o EcoRaiz estabelece os seguintes objetivos estratégicos:

Alcançar uma taxa de ocupação média anual competitiva, tendo em conta a sazonalidade turística da região de Peniche;

Desenvolver parcerias estratégicas com surf schools, artesãos, produtores locais e agentes culturais, enriquecendo a oferta de experiências;

Implementar práticas de gestão sustentável, otimizando recursos naturais e minimizando impactos ambientais;

Construir uma presença digital sólida e consistente, recorrendo ao marketing de conteúdo e às redes sociais para atrair, envolver e fidelizar turistas nacionais e internacionais.

Avaliar a experiência do cliente, monitorizando a satisfação desde a compra até ao pós-venda, para identificar níveis de satisfação ou de insatisfação, utilizando pesquisas quantitativas de análise da satisfação do cliente ao longo de toda a experiência turística.

5.5 Segmentação, Targeting e Posicionamento

Para definir a segmentação do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais, recorre-se à análise de fontes secundárias e evidência setorial, nomeadamente estudos de mercado e relatórios sobre turismo de natureza e glamping, publicações institucionais do Turismo de Portugal e tendências internacionais divulgadas por organismos como a UNWTO e o Eurostat, bem como à revisão da literatura relativa a perfis e motivações do consumidor em turismo sustentável.

Esta fundamentação permite identificar padrões de procura, expectativas do turista contemporâneo e nichos com maior afinidade com propostas autênticas, sustentáveis e experienciais, sendo complementada pela construção de personas representativas dos principais perfis de visitantes do EcoRaiz, que permitem aprofundar motivações, comportamentos digitais e expectativas de consumo (ver Apêndice I).

Com base nesse enquadramento, a estratégia STP do EcoRaiz estrutura-se nos seguintes eixos:

Segmentação

A segmentação incide sobre turistas que valorizam o contacto com a natureza, o bem-estar, a autenticidade cultural e práticas responsáveis, integrando interesses complementares como surf, gastronomia local e experiências de base comunitária. Consideram-se, igualmente, turistas com maior sensibilidade a valores de sustentabilidade e à procura de experiências diferenciadas, tanto no mercado nacional como internacional.

Targeting

A estratégia de targeting privilegia nichos com elevada propensão para produtos de glamping sustentável e turismo experiencial, com destaque para:

- Casais e jovens adultos que procuram escapadinhas diferenciadas, conforto e ligação emocional ao território;
- Famílias interessadas em experiências seguras, educativas e em contacto com a natureza;
- Grupos de amigos que valorizam experiências personalizadas, atividades ao ar livre e componentes socioculturais (workshops, gastronomia, eventos temáticos);
- Turistas de surf e natureza, para os quais Peniche funciona como destino âncora, permitindo complementar a motivação principal com experiências culturais e de bem-estar.

Posicionamento

O EcoRaiz posiciona-se como um glamping sustentável e experiencial, que alia conforto e estética contemporânea ao contacto direto com a natureza, à valorização da cultura local e à integração com a comunidade. A proposta diferencia-se da hotelaria convencional e de ofertas de turismo rural mais tradicionais ao oferecer uma experiência completa e imersiva, assente em práticas responsáveis, parcerias locais e atividades com significado, reforçando a autenticidade e a identidade territorial de Peniche através de uma proposta de valor centrada na experiência, na sustentabilidade e na ligação emocional ao lugar.

A definição das personas contribuiu igualmente para orientar as decisões ao nível da comunicação digital e das ações de fidelização do EcoRaiz. Perfis como Sofia, a Nómada Digital, e Lukas & Anna, o Casal Ecológico revelam elevada sensibilidade a conteúdos

informativos, narrativas de sustentabilidade e storytelling experiencial, sendo a newsletter um canal privilegiado para comunicar novidades, agendas de workshops, práticas sustentáveis e parcerias locais. Paralelamente, personas com forte presença em redes sociais, como Tom, o Surfista Espiritual, ou Marta, a Millennial Veggie, reforçam a importância de conteúdos visuais e narrativos consistentes entre a newsletter, o website e as plataformas digitais, garantindo uma comunicação integrada, personalizada e alinhada com os valores da marca EcoRaiz.

5.6 Estratégia de Negócio

A estratégia de negócio do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais assenta numa lógica clara de diferenciação de produto e de serviço, orientada para a criação de valor sustentável e experiencial. Esta opção estratégica resulta da análise do mercado, das tendências do turismo de natureza e da compreensão do perfil do turista contemporâneo, que privilegia autenticidade, bem-estar e impacto positivo no território.

O EcoRaiz posiciona-se como um projeto que vai além da função tradicional do alojamento turístico, oferecendo uma experiência integrada que combina conforto, contacto com a natureza, sustentabilidade ambiental e proximidade à comunidade local. A diferenciação constrói-se, assim, na forma como o produto é concebido e vivido, e não apenas nas suas características físicas.

A inovação manifesta-se na integração de práticas sustentáveis, no envolvimento ativo de produtores, artesãos e agentes culturais locais e na criação de experiências imersivas que valorizam a identidade da região de Peniche. Esta abordagem permite ao EcoRaiz responder às expectativas de turistas mais conscientes e exigentes, ao mesmo tempo que contribui para o desenvolvimento económico e social do território.

A estratégia de negócio privilegia também uma relação próxima com o cliente, baseada na personalização da experiência, na narrativa do projeto e na construção de uma ligação emocional ao destino. Em vez de competir pelo preço, o EcoRaiz aposta numa proposta de valor diferenciada, que justifica a escolha do visitante pela qualidade, pela singularidade da experiência e pelo alinhamento com valores éticos e ambientais.

Deste modo, a estratégia adotada permite ao EcoRaiz afirmar-se como um projeto sustentável, inovador e autêntico, com potencial para criar vantagens competitivas duradouras num mercado cada vez mais orientado para experiências significativas e responsáveis.

5.7 Modelo de Negócio e Estrutura Legal da Empresa

5.7.1 Modelo de Negócio

O EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais adota o Modelo de Negócio Canvas, proposto por Osterwalder e Pigneur (2011), como ferramenta de planeamento estratégico. Este modelo permite estruturar de forma clara e integrada os principais elementos do negócio, assegurando coerência entre a proposta de valor, os recursos mobilizados, as atividades desenvolvidas e a experiência oferecida aos clientes.

A aplicação do Canvas facilita uma visão sistémica do projeto, evidenciando a forma como o EcoRaiz cria, entrega e captura valor, em alinhamento com os princípios do turismo sustentável, da autenticidade e da viabilidade económica.

Segmentos de Clientes

O EcoRaiz dirige-se a viajantes nacionais e internacionais, maioritariamente entre os 25 e os 45 anos, com estilos de vida ativos e sensibilidade para experiências sustentáveis, culturais e de bem-estar. O público-alvo inclui casais, famílias e pequenos grupos que valorizam o contacto com a natureza, a autenticidade das experiências e o conforto associado a um alojamento diferenciado.

Em termos geográficos, destacam-se os mercados nacionais de Lisboa e Porto, bem como mercados internacionais com forte afinidade com o turismo de natureza e sustentável, nomeadamente Alemanha, França, Países Baixos, Reino Unido, Espanha, Estados Unidos e Canadá.

Proposta de Valor

O EcoRaiz oferece uma experiência de glamping sustentável que combina conforto, autenticidade e ligação ao território, promovendo uma imersão genuína na cultura local e no ambiente natural da região de Peniche. A proposta integra alojamento ecológico e um conjunto de experiências cuidadosamente desenhadas — como surf, caminhadas, observação da fauna e flora, workshops de culinária tradicional, artesanato e participação em eventos comunitários — com o objetivo de criar memórias significativas e emocionalmente envolventes.

Esta proposta diferencia-se por articular bem-estar, sustentabilidade ambiental e valorização cultural, alinhando-se com as expectativas do turista contemporâneo e com os princípios do turismo responsável (Gretzel et al., 2015).

Canais

A comunicação e comercialização dos serviços do EcoRaiz realizam-se através de canais diretos e indiretos. Os canais diretos incluem o website oficial, contacto por email e telefone, bem como redes sociais como Instagram, Facebook e YouTube.

Complementarmente, recorrem-se a canais indiretos, como plataformas de reservas online (OTA's), nomeadamente Booking.com e Glamping.com, assim como plataformas especializadas em turismo sustentável. Estes canais permitem ampliar a visibilidade da marca e captar novos segmentos de clientes. Para reforçar a fidelização, são utilizados newsletters, inquéritos de satisfação e incentivos, como descontos em futuras estadias.

Relacionamento com Clientes

O EcoRaiz privilegia um relacionamento próximo, personalizado e humanizado com os seus clientes, desde o primeiro contacto até ao pós-estadia. O atendimento assenta na atenção ao detalhe, na adaptação às necessidades individuais e na criação de uma experiência acolhedora e memorável.

Esta abordagem reforça a ligação emocional entre os hóspedes e o projeto, promovendo a fidelização e a recomendação espontânea, elementos essenciais para a sustentabilidade do negócio (UNWTO, 2021).

Fluxos de Rendimento

As principais fontes de receita do EcoRaiz incluem as tarifas de alojamento, a venda de experiências culturais e de lazer, workshops temáticos, pacotes turísticos em parceria com operadores locais e merchandising sustentável.

A política de preços baseia-se numa estratégia de gestão dinâmica, ajustando as tarifas em função da procura, da sazonalidade, de eventos regionais e da taxa de ocupação prevista. Esta diversificação de fluxos de rendimento contribui para reduzir a dependência exclusiva do alojamento e reforça a estabilidade financeira do projeto.

Recursos-Chave

Os recursos-chave do EcoRaiz incluem recursos físicos, como as unidades de alojamento, espaços comuns, áreas naturais envolventes, equipamentos sustentáveis e infraestruturas de apoio às atividades, bem como recursos humanos qualificados.

A equipa é composta por colaboradores com competências técnicas e relacionais, capazes de assegurar um atendimento personalizado, dinamizar experiências imersivas e garantir elevados padrões de qualidade no serviço prestado.

Atividades-Chave

As atividades-chave do EcoRaiz centram-se no marketing, na gestão e na operação do alojamento, na conceção e dinamização de experiências culturais, recreativas e educativas, e na manutenção das áreas naturais e infraestruturas.

Incluem-se atividades como surf, caminhadas ecológicas, observação da fauna e flora, workshops de culinária e artesanato, bem como eventos comunitários. A gestão eficiente do espaço, a segurança, a sustentabilidade ambiental e a qualidade da experiência do hóspede são fatores determinantes para o sucesso do projeto.

Parcerias-Chave

O EcoRaiz estabelece parcerias estratégicas com escolas de surf, operadores turísticos locais, artesãos, produtores regionais, fornecedores de energia sustentável e serviços digitais. Estas alianças permitem diversificar a oferta, otimizar custos operacionais e reforçar a autenticidade das experiências proporcionadas, promovendo simultaneamente o desenvolvimento económico e social da comunidade local.

Estrutura de Custos

A estrutura de custos do EcoRaiz inclui custos fixos, como salários de colaboradores permanentes, marketing, seguros, amortizações, higiene e segurança no trabalho; custos semi-variáveis, como colaboradores sazonais, materiais de limpeza e comissões a plataformas de reservas; e custos variáveis, relacionados com consumo de alimentos e bebidas, materiais para workshops, outsourcing de serviços, energia, água e amenities.

Esta estrutura permite equilibrar a eficiência operacional com a qualidade do serviço, assegurando a sustentabilidade financeira e ambiental do projeto.

5.7.2 Estrutura Legal da Empresa

O EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais será constituído sob a forma de Sociedade por Quotas (Lda.), uma opção jurídica adequada a projetos turísticos de pequena e média dimensão, por permitir flexibilidade operacional, partilha de responsabilidades entre os sócios e uma gestão mais eficiente do risco empresarial. Esta forma jurídica revela-se particularmente ajustada a empreendimentos de base sustentável e de carácter familiar, como é o caso do EcoRaiz, possibilitando uma estrutura organizacional simples, mas juridicamente sólida.

A constituição como sociedade por quotas assegura ainda um enquadramento fiscal adequado e compatível com investimentos em turismo sustentável, bem como facilidade na celebração de parcerias estratégicas com entidades locais, fornecedores e operadores turísticos. Para além disso, esta forma legal permite uma maior capacidade de adaptação a futuras oportunidades de crescimento, mantendo a conformidade com a legislação nacional e regional aplicável ao turismo de natureza e ao turismo em espaço rural.

O processo de constituição da empresa poderá ser realizado por via eletrónica, através dos mecanismos oficiais disponibilizados pelo Estado português, recorrendo a autenticação digital. Este procedimento simplifica os trâmites legais, reduz a burocracia associada à criação da empresa e garante maior rapidez e segurança no início da atividade.

Em termos globais, a escolha desta estrutura legal permite ao EcoRaiz operar dentro de um quadro jurídico claro e estável, salvaguardando os interesses da empresa, dos sócios e dos parceiros envolvidos, e criando condições favoráveis para o desenvolvimento de um projeto sustentável, responsável e alinhado com as exigências legais do setor turístico.

Capítulo 6 – Planos de Implementação

O Capítulo 6 apresenta os planos de implementação do projeto EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais, detalhando as ações necessárias para operacionalizar a estratégia definida nos capítulos anteriores. Estes planos abrangem as áreas de marketing, recursos humanos, operações e finanças, assegurando que cada dimensão do projeto seja concretizada de forma coerente, sustentável e alinhada com os valores de autenticidade, ligação à natureza e desenvolvimento local.

O objetivo central consiste em criar um empreendimento turístico capaz de proporcionar experiências memoráveis, respeitar o meio ambiente e contribuir para o fortalecimento da economia e da identidade cultural da região de Peniche. Cada ação é concebida não apenas como um instrumento de gestão, mas como uma forma de partilhar o valor do território, promovendo uma ligação genuína entre visitantes, comunidade e espaço envolvente — essência que define o espírito do EcoRaiz.

6.1 Plano de Marketing

O plano de marketing tem como finalidade traduzir a estratégia definida em ações concretas, assegurando a promoção eficaz do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais e a criação de valor para os visitantes, para a comunidade local e para o território. A comunicação será estruturada com base numa abordagem de storytelling emocional, que destaque as raízes culturais, o compromisso ambiental e o impacto positivo do projeto na região.

A marca assume um papel central nesta estratégia. O nome EcoRaiz reflete a ligação profunda às origens, à natureza e à identidade local. O logótipo foi concebido para transmitir harmonia com o meio natural, autenticidade e tranquilidade, procurando comunicar de forma visual a experiência diferenciadora oferecida pelo empreendimento — uma vivência em contacto direto com a natureza e com a comunidade.



Figura 4 – Logótipo do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais

Fonte: Elaboração própria

Principais Ações

No âmbito do plano de marketing do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais, definem-se as seguintes ações estratégicas, orientadas para a promoção da marca, a captação de públicos alinhados com os valores do projeto e a fidelização dos visitantes:

Marketing Digital

O EcoRaiz apostará numa presença ativa nas redes sociais, nomeadamente Instagram, Facebook e TikTok, privilegiando conteúdos visuais e narrativos que transmitam tranquilidade, contacto com a natureza e experiências culturais autênticas. O recurso ao storytelling emocional permitirá criar uma ligação próxima com os potenciais visitantes, inspirando uma descoberta consciente do território de Peniche (Xiang & Gretzel, 2010).

Website e Plataforma de Reservas

O website oficial funcionará como o principal canal de informação e reservas, apresentando uma interface intuitiva, conteúdos detalhados sobre o alojamento e as experiências disponíveis, bem como integração com sistemas de reservas online. A recolha sistemática de feedback permitirá ajustar continuamente a oferta e melhorar a experiência do hóspede (Tussyadiah & Wang, 2016).

Parcerias Estratégicas

A colaboração com *surf schools*, produtores locais, operadores turísticos e artesãos permitirá a criação de pacotes integrados, reforçando a economia local e oferecendo experiências completas, assentes na autenticidade e na valorização do território (Carvalho & Brito, 2020).

Promoções e Fidelização

Serão desenvolvidas estratégias de fidelização, como descontos para reservas antecipadas, pacotes especiais para famílias ou grupos e incentivos à participação em experiências educativas e sustentáveis. O envio de newsletters e conteúdos exclusivos permitirá manter um contacto próximo com os clientes, promovendo uma comunidade de visitantes alinhada com os valores do EcoRaiz (Kotler & Keller, 2016).

Eventos e Experiências Locais

A organização de workshops temáticos, experiências gastronómicas e atividades culturais permitirá o envolvimento direto com a comunidade local e a criação de memórias significativas. Cada iniciativa será concebida como uma oportunidade de vivenciar Peniche de forma autêntica e diferenciadora (UNWTO, 2021).

A monitorização destas ações será contínua, recorrendo a métricas digitais, análise de reservas e feedback dos visitantes, permitindo ajustes rápidos e uma melhoria contínua da estratégia, assegurando a relevância e a eficácia do plano de marketing.

6.1.1 Marketing-Mix

O marketing-mix do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais assenta no modelo dos 7 P's (Produto, Preço, Distribuição, Comunicação, Pessoas, Processos e Evidências Físicas), adaptado às especificidades do glamping sustentável e do turismo experiencial. Esta abordagem estratégica visa criar valor percebido, reforçar a autenticidade do projeto e proporcionar experiências memoráveis, em coerência com a missão, visão e valores da empresa.

Produto

O EcoRaiz oferece unidades de glamping de alto padrão, integradas de forma harmoniosa na paisagem natural de Peniche, combinando conforto, privacidade e contacto direto com a natureza. A oferta é complementada por experiências culturais e ambientais, como

workshops de artesanato, visitas a produtores locais, atividades de agricultura sustentável, experiências de surf e iniciativas ligadas à gastronomia regional, promovendo uma vivência autêntica e imersiva (Gretzel et al., 2015; UNWTO, 2021).

Preço

A política de preços assenta numa estratégia flexível e diferenciada, contemplando pacotes integrados, descontos para reservas antecipadas ou estadias prolongadas, bem como ofertas específicas para famílias e grupos. Esta abordagem permite acomodar diferentes perfis de procura, sem comprometer o valor percebido da experiência (Kotler & Keller, 2016).

Distribuição

A distribuição realiza-se essencialmente através de canais digitais, incluindo o website próprio, plataformas de reservas online e redes sociais. Paralelamente, são estabelecidas parcerias com surf schools, operadores turísticos e produtores locais, ampliando o alcance da oferta e reforçando a ligação ao território (Sigala, 2018).

Comunicação

A comunicação do EcoRaiz privilegia o storytelling emocional, recorrendo a redes sociais, newsletters e blog, bem como a ações de marketing de influência. O foco incide na autenticidade, na cultura local e nas práticas sustentáveis, promovendo uma narrativa coerente e envolvente que reforça a identidade da marca (Xiang & Gretzel, 2010).

Pessoas

A equipa do EcoRaiz é formada e sensibilizada para os valores do projeto, detendo conhecimento sobre a cultura, a biodiversidade e as tradições locais. Os colaboradores assumem um papel ativo enquanto mediadores da experiência, contribuindo para um acolhimento próximo, personalizado e genuíno (Bramwell & Lane, 2011).

Processos

Os processos operacionais integram soluções digitais, como o check-in online, sistemas de monitorização inteligente de recursos e mecanismos de recolha contínua de feedback. Estas práticas são complementadas por princípios de economia circular e gestão sustentável, assegurando eficiência operacional e coerência ambiental (Gretzel et al., 2015).

Evidências Físicas

As evidências físicas incluem as unidades de glamping ecológicas, os espaços de contemplação da natureza, as oficinas, hortas comunitárias e a sinalética educativa. Estes elementos reforçam a autenticidade da experiência e a ligação emocional ao território, tornando visível o compromisso do EcoRaiz com a sustentabilidade e a identidade local (UNWTO, 2021).

6.1.1.1 Produto

O produto do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais combina alojamento e experiências de turismo rural e sustentável, concebidas para proporcionar conforto, contacto direto com a natureza e uma forte imersão cultural. O conceito assenta no glamping, uma tipologia de turismo que alia o encanto do acampamento ao conforto e aos serviços de qualidade, permitindo aos hóspedes viver experiências memoráveis em harmonia com o ambiente natural e a comunidade local (Tussyadiah & Wang, 2016).

Como elemento diferenciador da experiência de acolhimento, o EcoRaiz disponibiliza um kit de boas-vindas sustentável, composto por produtos locais e ecológicos, reforçando os valores de autenticidade, proximidade ao território e responsabilidade ambiental do projeto (ver Apêndice E).

Unidades de Alojamento

O EcoRaiz dispõe de seis unidades de alojamento, concebidas para oferecer um ambiente íntimo, acolhedor e elegante:

Duas unidades para duas pessoas, direcionadas sobretudo a casais que procuram privacidade, tranquilidade e contacto próximo com a natureza;

Quatro unidades para quatro pessoas, ideais para famílias ou pequenos grupos, assegurando conforto, funcionalidade e bem-estar.

Cada unidade apresenta uma decoração única, inspirada na natureza e na ruralidade local, privilegiando o uso de materiais nobres e sustentáveis, como madeira e pedra. As unidades incluem claraboias para observação do céu e da fauna envolvente, varanda ou terraço privativo, mobiliário exterior, kitchenette totalmente equipada, casa de banho completa, aquecimento e acesso a Wi-Fi.

Como complemento à experiência, são disponibilizados pequenos detalhes de conforto, tais como edredões extra e, mediante solicitação prévia, ingredientes para a confeção de uma refeição simples, reforçando o carácter acolhedor e personalizado do serviço.

Atividades, Workshops e Experiências

A oferta do EcoRaiz é complementada por um conjunto diversificado de atividades e serviços orientados para o bem-estar, o contacto com a natureza e a valorização cultural. Os hóspedes poderão usufruir de piscina exterior e jacuzzi (cobertos durante o período de inverno), serviços de massagens, sessões de ioga e meditação, aluguer de bicicletas, caminhadas ecológicas e passeios pedestres e turísticos.

Adicionalmente, o EcoRaiz promove a interação com a horta biológica e com os animais, bem como a participação em workshops culturais, ambientais e gastronómicos, desenvolvidos em parceria com produtores e artesãos locais. Estas atividades encontram-se organizadas numa agenda semanal de workshops, permitindo aos hóspedes planear a sua estadia de forma ativa e personalizada (ver Apêndice M). Serão ainda criados pacotes temáticos e sazonais, associados a festividades e eventos locais, reforçando a ligação cultural e ambiental da experiência oferecida.

Merchandising Sustentável e Identidade da Marca

Como extensão da experiência e reforço da identidade da marca, o EcoRaiz disponibiliza uma linha de merchandising sustentável, composta por produtos com o logótipo do projeto, desenvolvidos com materiais ecológicos e produção responsável. Entre os artigos disponíveis incluem-se chapéus, polos, t-shirts, sweatshirts, sacos de pano, canecas, blocos de notas, porta-chaves, aventais, porta-moedas e outros elementos utilitários. (ver Apêndice F)

Estes produtos permitem aos hóspedes prolongar a experiência EcoRaiz para além da estadia, funcionando simultaneamente como recordação, elemento de ligação emocional à marca e instrumento de comunicação e promoção do projeto, reforçando a sua autenticidade e diferenciação no mercado.

Personalização do Serviço

O EcoRaiz privilegia um atendimento humanizado, próximo e atento aos detalhes, orientado para a criação de momentos de tranquilidade, harmonia e conforto. A personalização do serviço assume um papel central na experiência do hóspede, garantindo que cada estadia seja adaptada às necessidades e expectativas individuais.

Os colaboradores utilizam uniformes identificados com a marca EcoRaiz, reforçando a coerência visual, o profissionalismo e a identidade do projeto, contribuindo para uma experiência consistente e reconhecível.

Esta abordagem integrada permite reforçar a percepção de qualidade, competitividade e excelência do projeto, em consonância com os valores de sustentabilidade, autenticidade e ligação à natureza que definem a identidade do EcoRaiz (Kotler & Keller, 2016; Gretzel et al., 2015).

6.1.1.2 Preço

O preço constitui uma variável central do marketing-mix, uma vez que influencia diretamente a percepção de valor do consumidor, o posicionamento da oferta e a sustentabilidade financeira do empreendimento. No caso do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais, a política de preços é definida de forma estratégica, assente em três pilares fundamentais: a estrutura de custos operacionais, a procura e segmentação do mercado-alvo e o posicionamento face à concorrência, em conformidade com os princípios do revenue management (Kotler & Keller, 2016; Costa, 2008).

A definição da política de preços teve em consideração, em primeiro lugar, os custos associados ao funcionamento do empreendimento, incluindo manutenção das unidades, recursos humanos, energia, água, serviços externos e atividades complementares. Em segundo lugar, foi analisada a procura potencial, atendendo às características dos segmentos-alvo e à sua sensibilidade ao preço, bem como às variações sazonais típicas do turismo na região de Peniche. Por fim, procedeu-se à análise comparativa das estratégias de preços adotadas por empreendimentos similares, assegurando coerência com o posicionamento diferenciado e sustentável do EcoRaiz (Costa, 2008).

A estratégia de preços contempla a diferenciação entre dias de semana, fins de semana e períodos festivos, permitindo ajustar as tarifas às flutuações da procura e maximizar a taxa de ocupação ao longo do ano. Adicionalmente, são previstos pacotes integrados e preços diferenciados para estadias prolongadas, reservas antecipadas e experiências temáticas, reforçando a atratividade da oferta e incentivando a fidelização dos clientes.

Os preços praticados incluem o pequeno-almoço servido no refúgio e um kit de boas-vindas sustentável, reforçando a percepção de valor e o posicionamento do EcoRaiz como um projeto de turismo autêntico, responsável e orientado para a qualidade da experiência. O Apêndice I apresenta de forma detalhada os serviços, experiências e workshops disponibilizados aos hóspedes, contribuindo para uma maior transparência e compreensão da proposta de valor do projeto.

A Tabela 5 apresenta a estrutura de preços do EcoRaiz, diferenciada por tipologia de refúgio e época do ano, refletindo uma estratégia de revenue management ajustada à sazonalidade e ao posicionamento do projeto. Para uma leitura mais visual e comunicacional da política de preços, foi desenvolvida uma tabela gráfica de apoio, apresentada no Apêndice I.

Tabela 5 - Preços de cada refugio do EcoRaiz

Refúgio EcoRaiz	Verão (Maio a Outubro)	Inverno (Novembro a Abril)
Refúgio Raiz (2 pax)	100,00 €	130,00 €
♠ Refúgio Essência (2 pax)	100,00 €	130,00 €
☀ Refúgio do Sol (4 pax)	150,00 €	180,00 €
☀ Refúgio Origem (4 pax)	150,00 €	180,00 €
🌀 Refúgio Alma (4 pax)	150,00 €	180,00 €
🌍 Refúgio Terra (4 pax)	150,00 €	180,00 €

Fonte: Elaboração própria

Notas adicionais:

- Estadia de bebés (0–24 meses) na cama principal: gratuita
- Estadia da 1.ª criança (2–6 anos): gratuita
- Cama extra: 30,00 €/noite
- Estadia mínima: 2 noites
- Inclui pequeno-almoço servido no refúgio e kit de boas-vindas sustentável com produtos locais

Cada Refúgio EcoRaiz foi concebido para proporcionar uma experiência única, inspirada na harmonia entre conforto, autenticidade e natureza. A decoração singular de cada espaço, aliada à utilização de materiais sustentáveis e à proximidade com a ruralidade local, reforça o compromisso do EcoRaiz com a sustentabilidade e o bem-estar dos seus hóspedes.

6.1.1.3 Distribuição

A distribuição, também designada por Place no marketing-mix, refere-se ao conjunto de atividades, estratégias e canais que permitem tornar o produto acessível e disponível ao consumidor no momento e local adequados. O seu objetivo é garantir que o cliente consegue conhecer, aceder e adquirir o produto ou serviço de forma conveniente, eficiente e segura (Kotler & Keller, 2016; Costa, 2008).

No caso do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais, a estratégia de distribuição assenta na combinação de canais diretos e canais indiretos, permitindo alcançar diferentes segmentos de mercado e maximizar a visibilidade do projeto a nível nacional e internacional.

O website do EcoRaiz funcionará como o principal canal de informação e reservas, apresentando um design mobile responsive, intuitivo e de fácil navegação. A plataforma permitirá a consulta detalhada dos serviços, experiências, agenda semanal de workshops e produtos disponíveis, bem como a realização de reservas diretas e o acesso a conteúdos relacionados com sustentabilidade, cultura local e filosofia do projeto.

O site integrará ainda o programa de fidelização “Raízes Eco”, que permitirá aos hóspedes acumular pontos convertíveis em descontos e ofertas em futuras estadias, incentivando a repetição da visita e a construção de uma relação duradoura com a marca (Xiang & Gretzel, 2010).

Canais diretos

Os canais diretos permitem ao cliente estabelecer contacto imediato com o empreendimento, quer de forma presencial, quer através de meios digitais. O website oficial do EcoRaiz constitui o principal canal de reservas diretas, disponibilizando informação detalhada sobre o alojamento, serviços, experiências e condições de estadia. O site estará igualmente integrado com ferramentas de contacto rápido, como o WhatsApp, assegurando apoio personalizado e resposta célere às solicitações dos clientes.

A presença digital do EcoRaiz será reforçada através das redes sociais, nomeadamente Facebook, Instagram, YouTube e LinkedIn, que desempenham um papel fundamental na promoção da marca, na criação de notoriedade e na interação contínua com o público. Estas plataformas permitem não só divulgar o produto, mas também transmitir os valores do projeto, reforçando a ligação emocional com os visitantes.

Canais indiretos

Tendo em conta a relevância do mercado internacional para o EcoRaiz, os canais indiretos assumem igualmente um papel estratégico. O projeto será promovido através de plataformas especializadas em turismo e alojamento, nomeadamente OTAs (Online Travel Agencies), websites temáticos de glamping e turismo sustentável, bem como organismos públicos e privados de promoção turística.

Estes canais permitem alcançar segmentos de mercado que, de outra forma, não teriam contacto direto com o website do EcoRaiz, contribuindo para o aumento da taxa de ocupação, da notoriedade da marca e da sua presença no mercado global. A utilização equilibrada de

canais diretos e indiretos possibilita, assim, uma distribuição eficaz, alinhada com o posicionamento sustentável e experiencial do projeto.

Tabela 6- Canais de distribuição

OTAs	Canais especializados	Organismos Públicos
Booking	https://www.jetcamp.com/pt/portugal/	Visit Portugal
Expedia	https://www.bookaglampping.com/rentals/portugal	Turismo Centro de Portugal
	https://www.campings.net/pt/Portugal/	
	https://www.camping.info/pt/pais/portugal	
	https://www.roteiro-campista.pt/	
	https://glamp.yourholiday.pt/	
	https://glampinghub.com/	
	https://www.glamping.com/destinations/europe/portugal/	
	https://www.campings.com	
	https://www.webbeds.com	
	https://glampings.de/glamping-portugal	
	https://bucketlistportugal.com/category/centro/	
	Google	

Fonte: Elaboração própria

Conforme sintetizado na Tabela 6, a estratégia de distribuição do EcoRaiz assenta numa combinação de plataformas de reservas generalistas, canais especializados em glamping e turismo sustentável, bem como organismos públicos de promoção turística. Esta diversidade de canais permite aumentar a visibilidade do projeto, alcançar diferentes segmentos de mercado e reforçar a presença do EcoRaiz tanto a nível nacional como internacional.

6.1.1.4 Comunicação

A comunicação compreende o conjunto de ações desenvolvidas com o objetivo de divulgar o projeto, estimular o interesse do consumidor e incentivar a procura pelos serviços oferecidos. No contexto do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais, a comunicação assume um papel central na construção da notoriedade da marca, permitindo que os potenciais hóspedes compreendam a proposta de valor, conheçam as experiências disponibilizadas e desenvolvam uma ligação emocional com o projeto.

A estratégia de comunicação adotada assenta numa abordagem integrada, combinando ações Below the Line (BTL) e Above the Line (ATL), em coerência com o posicionamento sustentável, experiencial e autêntico do EcoRaiz.

As ações Below the Line (BTL) incluem campanhas de marketing digital direcionadas, nomeadamente estratégias de SEO e SEM, email marketing, Google Ads e otimização da presença no Google Business. Paralelamente, será assegurada uma presença ativa nas redes sociais — como Instagram, Facebook, LinkedIn e YouTube — através de conteúdos visuais e narrativos, marketing de conteúdo e storytelling, bem como a atualização regular do website, que funciona como principal canal de informação e reservas do projeto (ver Apêndice A – Website).

As ações Above the Line (ATL) contemplam a divulgação em meios selecionados, como revistas e publicações especializadas em turismo, lifestyle e sustentabilidade, bem como a participação em eventos do setor turístico e o estabelecimento de parcerias com entidades e influenciadores alinhados com os valores e a filosofia do projeto.

Adicionalmente, o EcoRaiz recorrerá ao envio regular de newsletters digitais como instrumento de comunicação direta e relacional com os seus públicos, permitindo divulgar novidades, agendas de workshops e conteúdos alinhados com a filosofia sustentável do projeto (ver Apêndice G – Newsletter do EcoRaiz).

Esta abordagem integrada permitirá reforçar a notoriedade do EcoRaiz, consolidar a sua imagem de marca e promover uma comunicação consistente e emocionalmente envolvente, contribuindo para a criação de experiências autênticas e sustentáveis na região de Peniche.

6.1.1.5 Pessoas, Processos e Evidências Físicas

Pessoas

O EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais assenta numa equipa dedicada e qualificada, alinhada com os valores de sustentabilidade, autenticidade e proximidade que caracterizam o projeto. Mais do que assegurar a prestação de um serviço de alojamento, os colaboradores desempenham um papel ativo na criação de experiências únicas e memoráveis, procurando surpreender, cuidar e proporcionar momentos de bem-estar aos hóspedes.

A relação com o cliente baseia-se numa comunicação próxima e bidirecional, permitindo compreender, em tempo real, as necessidades, expectativas e preferências de cada visitante. Esta abordagem contribui significativamente para a satisfação do cliente, para a fidelização e para a promoção positiva do EcoRaiz através do passa-palavra, elemento particularmente relevante no setor do turismo experiencial (Kotler & Keller, 2016; Bramwell & Lane, 2011).

A formação contínua da equipa e a sensibilização para práticas sustentáveis assumem um papel central, garantindo que os colaboradores desenvolvem competências técnicas, relacionais e ambientais adequadas. Paralelamente, a motivação e o envolvimento da equipa são incentivados através de um ambiente de trabalho colaborativo e humanizado, reforçando a coerência entre os valores internos do projeto e a experiência oferecida aos hóspedes.

Esta aposta nas pessoas permite consolidar uma experiência acolhedora, autêntica e diferenciadora, fortalecendo a identidade do EcoRaiz enquanto projeto turístico responsável e orientado para o bem-estar dos visitantes e da comunidade local.

Processos

Os processos no EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais englobam o conjunto de ações e procedimentos que asseguram a entrega consistente e coerente da experiência ao hóspede. A gestão destes processos visa garantir que os serviços são prestados de forma eficiente, transparente e atempada, assegurando que os clientes se sentem informados, confortáveis e acompanhados ao longo de toda a estadia.

Cada etapa da experiência é cuidadosamente planeada para ser fluida, segura e memorável. O processo inicia-se no website, onde os hóspedes podem efetuar reservas, esclarecer dúvidas e personalizar a sua estadia. Durante a permanência no EcoRaiz, todas as interações são concebidas para criar momentos de encantamento, desde o acolhimento personalizado até à prestação dos serviços diários, incluindo o acompanhamento e a orientação sobre atividades e experiências locais.

A equipa encontra-se disponível diariamente entre as 07h00 e as 22h00, assegurando um acompanhamento próximo e a resolução imediata de qualquer necessidade ou solicitação. O processo estende-se ainda ao período pós-estadia, através da recolha de feedback e do contacto posterior com os hóspedes, com o objetivo de reforçar a relação, promover a fidelização e incentivar a recomendação do projeto.

Este conjunto de processos contribui para uma experiência integrada, harmoniosa e alinhada com os valores do EcoRaiz, reforçando a autenticidade, o conforto e a ligação à natureza que caracterizam o empreendimento.

Evidências Físicas

Tendo em conta a natureza intangível dos serviços turísticos e a importância das percepções sensoriais na experiência do hóspede, o EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais atribui especial relevância às evidências físicas. A manutenção, limpeza e organização de todos os espaços — áreas comuns, zonas exteriores e unidades de alojamento — são asseguradas de forma rigorosa, garantindo elevados padrões de qualidade e conforto.

Cada espaço é cuidadosamente concebido para refletir autenticidade, bem-estar e integração com a natureza envolvente, promovendo uma experiência imersiva e coerente com o posicionamento sustentável do projeto. Na receção e nas áreas comuns, a atmosfera é pensada para estimular os sentidos, recorrendo a música suave, aromas naturais e uma decoração harmoniosa, inspirada nos elementos naturais e na identidade local.

Estas evidências físicas desempenham um papel fundamental na consolidação da imagem do EcoRaiz, influenciando positivamente a satisfação dos hóspedes, a sua intenção de recomendação e a percepção de potenciais visitantes, ao tornarem visível e tangível a proposta de valor do empreendimento.

6.2 Plano de Recursos Humanos

O plano de recursos humanos assume um papel central na concretização da proposta de valor do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais, uma vez que a qualidade da experiência turística depende, em grande medida, das pessoas que a tornam possível. A equipa será composta por profissionais qualificados e alinhados com os valores do empreendimento, nomeadamente o respeito pelo meio ambiente, a valorização da cultura local e a promoção do bem-estar dos hóspedes.

O processo de recrutamento privilegiará candidatos com competências técnicas adequadas, experiência ou interesse em turismo sustentável, capacidade de comunicação, empatia e motivação para integrar um projeto com impacto social e ambiental positivo. A seleção de perfis com ligação à região de Peniche será valorizada, contribuindo para reforçar a autenticidade das experiências oferecidas e a integração efetiva com a comunidade local (Bramwell & Lane, 2011).

A formação contínua constitui um eixo fundamental da gestão de recursos humanos do EcoRaiz. Estão previstos workshops e ações de capacitação nas áreas de práticas sustentáveis, sensibilização ambiental, atendimento personalizado e storytelling cultural, assegurando que cada colaborador atue como verdadeiro embaixador da missão e dos valores do projeto (Gretzel et al., 2015; UNWTO, 2021).

A estrutura organizacional adotada será de carácter horizontal e colaborativo, promovendo a comunicação aberta, o envolvimento da equipa nas decisões operacionais e a participação ativa em processos de inovação. Paralelamente, serão implementadas estratégias de motivação e reconhecimento, como incentivos à apresentação de ideias sustentáveis, valorização do desempenho e oportunidades de desenvolvimento profissional, criando um ambiente de trabalho saudável, inspirador e alinhado com os princípios do EcoRaiz (Kotler & Keller, 2016).

Em termos operacionais, a equipa incluirá funções-chave como receção, housekeeping, manutenção, cafetaria e apoio polivalente, assegurando uma resposta eficiente e coerente às necessidades do empreendimento. A descrição genérica das funções, os requisitos mínimos de habilitação e o processo de recrutamento, bem como a matriz de gestão de recursos humanos, encontram-se detalhados respetivamente no Apêndice J – Descrição Genérica das Funções, Apêndice K – Processo de Recrutamento e Habilitações Mínimas e Apêndice L – Matriz de Gestão de Recursos Humanos.

6.3 Plano de Operações

O plano de operações do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais tem como objetivo assegurar a eficiência, a segurança e a sustentabilidade do empreendimento, estruturando de forma clara e organizada todas as atividades inerentes ao funcionamento diário do projeto. Este plano visa garantir uma experiência consistente, segura e de elevada qualidade para os hóspedes, em coerência com os valores de autenticidade, responsabilidade ambiental e bem-estar que caracterizam o EcoRaiz.

O plano operacional abrange aspetos fundamentais como o licenciamento e enquadramento jurídico, a localização e as instalações, os sistemas e processos de funcionamento, a gestão da qualidade, o aprovisionamento e a segurança, assegurando o cumprimento da legislação em vigor e a operacionalização eficaz do empreendimento.

6.3.1 Licenciamento

O EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais localiza-se na região de Peniche, mais concretamente na zona do Baleal, integrando-se de forma harmoniosa na paisagem natural e respeitando as normas legais, ambientais e urbanísticas aplicáveis.

De acordo com o Decreto-Lei n.º 80/2017, os parques de campismo e caravanismo são definidos como empreendimentos instalados em terrenos delimitados, dotados de estruturas que permitem a instalação de tendas, caravanas, autocaravanas ou outras formas de alojamento amovível, podendo integrar unidades de glamping, bungalows ou mobile homes, desde que cumpram os requisitos legais e técnicos estabelecidos.

O licenciamento do EcoRaiz enquadra-se no Regime Jurídico dos Empreendimentos Turísticos (RJET), assegurando o cumprimento de todas as fases legais exigidas, desde a comunicação prévia, passando pelas vistorias técnicas, até à emissão da autorização de utilização. A classificação do empreendimento, obrigatória para efeitos turísticos, será atribuída pela Câmara Municipal de Peniche, em articulação com o Turismo de Portugal, devendo a respetiva placa identificativa ser afixada junto à entrada principal do glamping, dentro dos prazos legais.

A classificação do empreendimento será objeto de reavaliação periódica, nomeadamente de cinco em cinco anos, incluindo auditorias de avaliação por parte da câmara municipal e comunicação formal ao Turismo de Portugal. Este processo garante a manutenção dos padrões de qualidade, segurança e sustentabilidade exigidos para empreendimentos turísticos na região (Turismo de Portugal, 2021a; Fichas Técnicas de Fiscalização – Empreendimentos Turísticos, 2021).

6.3.2 Enquadramento Jurídico

O EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais enquadra-se na tipologia de Parques de Campismo e Caravanismo, correspondendo ao CAE 55300 – Parques de campismo e de caravanismo, sendo definido como um empreendimento turístico instalado em terreno devidamente delimitado e dotado de estruturas destinadas à instalação de cabanas e unidades de glamping. A atividade é exercida por uma empresa estabelecida em território nacional, podendo ser explorada de forma permanente e dirigida ao público em geral ou a segmentos específicos de clientes, em conformidade com o enquadramento legal aplicável (Balcão do Empreendedor, 2022).

Serviços e Licenças

Para o funcionamento legal do EcoRaiz, será assegurado o cumprimento dos seguintes requisitos administrativos e legais:

Classificação do Empreendimento Turístico: A classificação turística é obrigatória e permite atribuir, confirmar ou alterar a tipologia e categoria do empreendimento. Esta classificação é determinada pela Câmara Municipal de Peniche, podendo ocorrer em simultâneo com a autorização de utilização para fins turísticos, após vistoria, ou no âmbito de auditorias periódicas, dentro dos prazos legalmente definidos (Balcão do Empreendedor, 2022).

Autorização de Utilização para Fins Turísticos: Documento que comprova que a obra e a utilização do empreendimento foram executadas de acordo com o projeto aprovado e em conformidade com as normas legais e regulamentares em vigor, garantindo a aptidão do imóvel para fins turísticos (Balcão do Empreendedor, 2022).

Inscrição no Registo Nacional de Empreendimentos Turísticos (RNET): A inscrição no RNET deverá ser efetuada pelo proprietário ou entidade exploradora no prazo máximo de 30 dias após a abertura ao público, assegurando o reconhecimento oficial do EcoRaiz enquanto empreendimento turístico legalmente autorizado (Balcão do Empreendedor, 2022).

Certidões e Documentos Necessários

Para assegurar o funcionamento regular e legal do EcoRaiz, será necessário obter, entre outros, os seguintes documentos:

- Certidão de Localização, comprovando o endereço e a atualização dos registos comerciais e prediais;
- Certidão de Propriedade ou de Transação de Bens, garantindo a titularidade e regularidade do terreno e das instalações;

- Certidão de Urbanização e Edificação, assegurando a conformidade com as normas urbanísticas e de construção;
- Avaliação Acústica, certificando o cumprimento dos limites legais de ruído ambiental;
- Declaração de Não Dívida Municipal, comprovando a inexistência de débitos perante a Câmara Municipal de Peniche (Balcão do Empreendedor, 2022).

Normas de Segurança, Higiene e Proteção Ambiental

O EcoRaiz cumpre os regulamentos aplicáveis em matéria de segurança dos hóspedes e colaboradores, higiene das instalações e proteção ambiental, incluindo a gestão adequada de resíduos, a utilização responsável de recursos naturais e a preservação das áreas naturais envolventes. Os direitos dos hóspedes são assegurados de acordo com a legislação nacional em vigor, garantindo transparência, informação clara sobre os serviços prestados e responsabilidade por parte da entidade exploradora (Turismo de Portugal, 2021a).

Este enquadramento jurídico, fundamentado no Regime Jurídico dos Empreendimentos Turísticos (Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de março, com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 80/2017), permite ao EcoRaiz operar de forma legal, segura e sustentável, reforçando a credibilidade do projeto junto dos clientes, parceiros e entidades reguladoras, e criando bases sólidas para o seu desenvolvimento a longo prazo.

6.3.3 Localização

O EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais localiza-se no concelho de Peniche, na zona do Baleal, integrando-se de forma harmoniosa na paisagem costeira e rural da região e privilegiando o contacto direto com a natureza. O terreno possui aproximadamente 1,5 hectares, combinando áreas verdes, zonas de cultivo e vegetação nativa, incluindo pinhais e pequenas hortas biológicas, criando um ambiente sereno, equilibrado e alinhado com os princípios da sustentabilidade ambiental (ver Apêndice N).

O projeto contempla a implantação de seis unidades de glamping e um conjunto de áreas comuns, correspondendo a uma área total edificada aproximada de 1.200 m², que integra espaços de lazer, zonas destinadas a workshops e experiências locais, áreas de contemplação da natureza, vias de circulação interna e zonas de recreação ao ar livre. A distribuição dos espaços foi cuidadosamente planeada de forma a garantir privacidade aos hóspedes, segurança na circulação e uma integração visual e funcional equilibrada com o meio natural envolvente.

Todo o perímetro do empreendimento encontra-se devidamente delimitado e vedado, assegurando tranquilidade e proteção aos visitantes, sem comprometer a relação com a paisagem envolvente nem a permeabilidade visual característica do território. A organização do espaço privilegia uma ocupação de baixa densidade, coerente com o posicionamento sustentável e experiencial do EcoRaiz.

A escolha do Baleal enquanto localização estratégica reforça a proposta de valor do projeto, ao conjugar proximidade à costa e às principais zonas de surf, ligação à comunidade local e acesso a atividades de turismo ativo, de natureza e cultural. Simultaneamente, esta localização permite preservar a tranquilidade do espaço, a autenticidade do território e a sustentabilidade ambiental, fatores essenciais para a criação de experiências turísticas diferenciadas e alinhadas com o posicionamento do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais.

6.3.4 Instalações e Equipamentos

O EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais dispõe de uma área privada cuidadosamente planeada e estruturada, concebida para garantir conforto, funcionalidade e integração com o meio natural envolvente. O empreendimento é composto por seis refúgios de glamping, distribuídos da seguinte forma:

Refúgios EcoRaiz (Casal): duas unidades destinadas a duas pessoas, com área de implantação aproximada de 35 m², incluindo a unidade habitacional e o respetivo terraço;

Refúgios EcoRaiz (Família/Grupo): quatro unidades destinadas até quatro pessoas, com cerca de 50 m² de área de implantação, integrando espaço interior adicional e zona de convívio exterior ampliada.

Todos os refúgios incluem casa de banho privativa, cama confortável, área de estar, kitchenette funcional, terraço equipado com espreguiçadeiras ou rede, sistema de aquecimento ecológico e acesso a Wi-Fi. O design arquitetónico e os materiais utilizados privilegiam soluções sustentáveis, conforto térmico e integração paisagística, criando um ambiente acolhedor, funcional e alinhado com a filosofia do EcoRaiz.

Áreas Comuns

Para além das unidades de alojamento, o EcoRaiz disponibiliza um conjunto de áreas comuns concebidas para promover o bem-estar, o convívio e a vivência de experiências autênticas:

Receção e lobby, decorados com elementos naturais, música ambiente suave e aromas relaxantes, proporcionando uma experiência de acolhimento desde o momento da chegada;

Cafetaria e espaço de convívio, com oferta de produtos locais e menus sustentáveis;

Piscina exterior, jacuzzi e zonas de relaxamento ao ar livre;

Parque infantil, casa na árvore e espaços lúdicos dedicados às crianças;

Áreas destinadas a yoga, meditação e workshops ao ar livre, promovendo bem-estar e aprendizagem experiencial;

Parque de estacionamento, hortas biológicas e zonas arborizadas, incentivando o contacto direto com a natureza;

Espaços destinados a animais, reforçando a componente educativa e a ligação ao meio rural.

Área de Serviço e Técnica

O empreendimento integra ainda uma área de apoio técnico e operacional, fundamental para o seu funcionamento eficiente, incluindo:

Cozinha e copa de apoio à cafetaria e à preparação do pequeno-almoço;

Lavandaria e rouparia, com espaços de arrumação para equipamentos e produtos de housekeeping;

Áreas de backoffice e front office, assegurando uma gestão administrativa e operacional organizada;

Área técnica equipada com sistemas de manutenção, bomba de calor para aquecimento de águas, painéis solares para produção e acumulação de energia, sistemas de bombagem de esgotos e equipamentos de segurança.

Gestão e Eficiência Operacional

O EcoRaiz recorre a sistemas digitais de gestão de reservas, check-in e check-out, pagamentos e monitorização de consumos energéticos e hídricos, garantindo eficiência operacional, redução de desperdícios e uma experiência fluida e consistente para os hóspedes, desde o momento da reserva até ao pós-estadia.

No seu conjunto, as instalações e equipamentos foram concebidos para assegurar conforto, funcionalidade, segurança e sustentabilidade, permitindo a criação de experiências autênticas e memoráveis, e reforçando o posicionamento do EcoRaiz como um empreendimento de turismo sustentável e de elevada qualidade.

6.3.5 Sistemas e Processos

Os sistemas e processos do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais englobam o conjunto de procedimentos operacionais que asseguram o funcionamento eficiente, seguro e sustentável do empreendimento, bem como a qualidade da experiência proporcionada aos

hóspedes. Estes processos foram concebidos de forma integrada, garantindo coerência entre a filosofia do projeto, a operação diária e as expectativas do cliente.

Regulamento Interno

O EcoRaiz dispõe de um regulamento interno que estabelece as normas de funcionamento, segurança, higiene, proteção ambiental e direitos e deveres dos hóspedes, garantindo coerência e qualidade na prestação do serviço, conforme detalhado no Apêndice B – Regulamento Interno do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais.

Processo de Reserva

Todas as reservas são registadas no sistema de gestão digital (PMS) e confirmadas por escrito junto do hóspede, incluindo informação detalhada sobre nome, datas de estadia, número de hóspedes, tarifa aplicada, serviços incluídos, horários de check-in e check-out, bem como eventuais observações especiais, como pacotes promocionais ou pedidos de early check-in ou late check-out.

A política de cancelamento estabelece que:

Cancelamentos efetuados até 48 horas antes do check-in não implicam custos;

Cancelamentos realizados entre 48 e 24 horas antes do check-in implicam a cobrança da primeira noite;

Cancelamentos efetuados com menos de 24 horas implicam a cobrança da totalidade da estadia.

Em situações de no-show, é cobrada a primeira noite. As reservas são garantidas até às 19h00 do dia de chegada, salvo indicação prévia do hóspede. Todos os processos de reserva são arquivados em formato digital (PDF), em cloud, garantindo segurança e rastreabilidade da informação.

Check-in

O processo de check-in é realizado de forma personalizada e acolhedora. O rececionista recebe o hóspede, confirma a reserva, solicita o documento de identificação e fornece informações sobre a localização do refúgio, horários de funcionamento, serviços disponíveis e contactos de emergência.

Sempre que a unidade ainda não se encontre pronta, é disponibilizado um espaço confortável para aguardar, acompanhado de uma bebida de cortesia, reforçando a preocupação com o conforto e bem-estar desde o primeiro contacto com o EcoRaiz.

Check-out

No momento do check-out, procede-se à verificação de consumos, emissão de fatura e entrega dos respetivos recibos. É solicitado ao hóspede o preenchimento do formulário de avaliação e feedback (ver Apêndice C), essencial para a monitorização da qualidade do serviço.

Existe a possibilidade de check-out tardio até às 14h00, mediante disponibilidade operacional, sem custos adicionais, reforçando a flexibilidade e orientação para a satisfação do cliente.

Serviço de Pequeno-Almoço

O pequeno-almoço é servido diariamente entre as 07h30 e as 10h00, podendo ser entregue no refúgio ou consumido em espaço comum, de acordo com a preferência do hóspede (vide Apêndice D). A oferta privilegia produtos locais e opções equilibradas, alinhadas com os princípios de sustentabilidade e bem-estar do projeto.

Gestão de Sugestões e Reclamações

Todas as sugestões e reclamações apresentadas pelos hóspedes são registadas, analisadas e acompanhadas pela equipa, assegurando uma resposta célere e transparente. Este processo permite identificar oportunidades de melhoria contínua e reforçar a qualidade global da experiência.

Sustentabilidade

Os sistemas e processos do EcoRaiz integram práticas sustentáveis transversais à operação diária, nomeadamente:

Reutilização de águas residuais tratadas para rega de hortas e zonas verdes;

Compostagem de resíduos orgânicos e aplicação de matéria orgânica nos solos;

Reciclagem de cápsulas de café e redução do consumo de papel, com faturas digitais e processos arquivados em cloud;

Utilização de torneiras e chuveiros de baixo caudal, autoclismos com sensores e iluminação LED de baixo consumo.

Estas práticas reforçam o compromisso do EcoRaiz com a sustentabilidade ambiental, a eficiência na gestão de recursos e a sensibilização dos hóspedes para comportamentos responsáveis.

Horta Biológica

A horta biológica do EcoRaiz fornece produtos frescos destinados ao serviço de alimentação e bebidas, incluindo ervas aromáticas e produtos hortícolas como alfaces, feijão-verde, courgettes, espinafres, tomates e pimentos. Os hóspedes são convidados a participar no cuidado da horta, colher produtos e utilizá-los nas suas refeições, promovendo uma interação direta com a natureza e experiências educativas alinhadas com os valores do projeto.

6.3.6 Gestão e Controlo de Qualidade

A qualidade no EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais não é entendida apenas como o cumprimento de normas, mas como uma filosofia transversal a toda a experiência turística. O objetivo é garantir que cada contacto com o hóspede reflete autenticidade, confiança e hospitalidade, criando um ambiente que favorece a satisfação e a fidelização.

Para assegurar este compromisso, o EcoRaiz implementa um sistema contínuo de monitorização dos processos e serviços, assente em três dimensões fundamentais:

- **Feedback direto do hóspede** – recolhido no check-out, através de formulários digitais e presenciais, com análise sistemática das respostas;
- **Monitorização digital** – acompanhamento das reviews em plataformas online (Booking, Google e redes sociais), permitindo ajustar práticas em tempo real;
- **Avaliação interna** – reuniões periódicas de equipa para analisar não conformidades, sugestões e oportunidades de melhoria.

A recolha estruturada de feedback é realizada através de um questionário de avaliação de satisfação do hóspede, aplicado no momento do check-out, permitindo identificar oportunidades de melhoria contínua da experiência, conforme apresentado no Apêndice C – Questionário de Avaliação de Satisfação do Hóspede.

Este processo garante não apenas respostas rápidas e personalizadas a cada situação, mas também a consolidação de uma cultura organizacional baseada na transparência, na escuta ativa e na melhoria contínua.

A médio prazo, o EcoRaiz ambiciona integrar uma Política de Qualidade certificada, em conformidade com normas internacionais, nomeadamente a ISO 9001 – Sistema de Gestão da Qualidade, a implementar no segundo ano de atividade. Esta certificação permitirá reforçar a credibilidade do projeto junto de parceiros e clientes, assegurando padrões de excelência reconhecidos a nível global.

Contudo, mais do que certificados, a qualidade no EcoRaiz será sempre medida pela capacidade de surpreender positivamente os hóspedes, de transformar a sua estadia numa memória duradoura e de manter viva a promessa de um turismo sustentável, autêntico e profundamente ligado à natureza

6.3.7. Aprovisionamento e Gestão de Stocks

A gestão de stocks no EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais vai muito além da função técnica de armazenar bens e garantir consumíveis. Trata-se de um processo estratégico e consciente, que procura equilibrar a eficiência operacional com o compromisso com a sustentabilidade e a valorização do território.

Como defende Ballou (2006), a gestão de aprovisionamentos deve encontrar o ponto de equilíbrio entre os custos de manutenção de stocks e o nível de serviço oferecido ao cliente, assegurando a fluidez da operação e a satisfação contínua dos hóspedes. Neste enquadramento, o EcoRaiz procura alinhar a eficiência logística com práticas responsáveis, privilegiando fornecedores locais e contribuindo para a redução da pegada ecológica associada.

A gestão administrativa e física dos stocks será apoiada por um sistema digital, garantindo rastreabilidade, previsibilidade e controlo de consumos, de forma a evitar ruturas ou excessos. No caso de produtos perecíveis, como hortícolas e ervas aromáticas provenientes da horta biológica, adotar-se-á o princípio first in, first out (FIFO), assegurando frescura, qualidade e minimização de desperdícios.

Assim, o aprovisionamento no EcoRaiz não constitui apenas uma engrenagem de suporte à atividade, mas reflete a filosofia do projeto: cuidar com rigor, respeitar a natureza e proporcionar experiências autênticas. Cada stock assume, por isso, um papel fundamental na construção de uma experiência turística sustentável e alinhada com os valores do EcoRaiz.

6.3.8 Segurança

A segurança no EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais é encarada não apenas como uma obrigação legal ou operacional, mas como uma expressão de cuidado e responsabilidade partilhada. Garantir a integridade física e emocional dos hóspedes, colaboradores e parceiros

constitui um dos pilares fundamentais da experiência de hospitalidade que o projeto pretende oferecer.

À luz da perspectiva de Maslow (1943), que identifica a segurança como uma necessidade humana fundamental, o EcoRaiz assume que apenas num contexto em que o hóspede se sente protegido é possível usufruir plenamente da tranquilidade da natureza e da autenticidade da experiência proposta.

Nesse sentido, todas as unidades de alojamento estarão equipadas com sistemas de deteção de incêndios, extintores e mantas ignífugas nas kitchenettes, bem como sinalização clara das rotas de evacuação. A zona da piscina exterior e do jacuzzi contará com boias e outros equipamentos de salvamento, assegurando que as atividades de lazer decorrem sempre em condições de segurança.

Na área da receção será disponibilizado um estojo de primeiros socorros, equipado com materiais básicos de assistência, incluindo termómetro e medidor de tensão arterial. Para reforço das medidas de proteção, o empreendimento contará ainda com sistemas de videovigilância (CCTV) nas áreas comuns, implementados de forma discreta e respeitadora da privacidade dos hóspedes, garantindo simultaneamente segurança e tranquilidade.

No plano institucional, o EcoRaiz disporá de todos os seguros obrigatórios em vigor, nomeadamente seguro do edifício, seguro de acidentes de trabalho, seguro de incêndio e seguro automóvel associado ao veículo elétrico utilizado pelo empreendimento.

Mais do que um requisito operacional, a segurança é entendida como uma promessa implícita do EcoRaiz: a de que cada hóspede poderá viver a experiência de glamping em serenidade, com a confiança de que todos os detalhes foram cuidadosamente planeados para o proteger, sem comprometer a essência natural, autêntica e acolhedora do lugar.

6.4 Plano Financeiro

O plano financeiro tem como objetivo assegurar a viabilidade económica e a sustentabilidade financeira do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais, equilibrando o investimento inicial, as fontes de receita e os custos operacionais associados à atividade. Este plano é desenvolvido em coerência com o posicionamento do projeto, valorizando a sustentabilidade, a autenticidade e a criação de experiências de elevado valor percebido, sem comprometer a eficiência económica do empreendimento.

A análise financeira assume um papel fundamental na tomada de decisões estratégicas, permitindo avaliar a rentabilidade do projeto, a sua capacidade de adaptação à sazonalidade do turismo em Peniche e a sustentabilidade do negócio a médio e longo prazo.

Os principais elementos que estruturam o plano financeiro são os seguintes:

Investimento Inicial: contempla os custos associados à preparação do terreno, construção e instalação das unidades de glamping, áreas comuns, equipamentos, soluções tecnológicas,

sistemas sustentáveis (energia, água e resíduos) e ações iniciais de comunicação e marketing necessárias ao lançamento do projeto;

Modelo de Receita: assenta sobretudo nas tarifas de alojamento, diferenciadas por tipologia de refúgio e época do ano, complementadas pela venda de experiências culturais, desportivas e de bem-estar, pacotes integrados em parceria com agentes locais e merchandising sustentável;

Custos Operacionais: incluem despesas correntes relacionadas com manutenção das instalações, recursos humanos, energia, água, consumíveis, fornecedores locais, serviços externos e materiais necessários à realização das experiências propostas;

Financiamento: o projeto poderá recorrer a uma combinação de recursos próprios, apoios e incentivos locais ao turismo sustentável, bem como a parcerias estratégicas, permitindo reduzir o risco financeiro e reforçar a solidez económica do empreendimento;

Análise de Cenários: envolve a projeção de receitas, a avaliação do impacto da sazonalidade na taxa de ocupação, a análise de diferentes níveis de procura e a estimativa da rentabilidade do projeto, apoiando decisões estratégicas orientadas para a sustentabilidade económica e ambiental do EcoRaiz.

Deste modo, o plano financeiro consolida os planos de implementação apresentados ao longo do Capítulo 6, assegurando que as decisões económicas estão alinhadas com a missão, a visão e os valores do EcoRaiz. Mais do que garantir resultados financeiros positivos, este plano procura sustentar um projeto turístico responsável, capaz de oferecer experiências transformadoras e memoráveis, promovendo uma ligação genuína entre os visitantes, a natureza e a cultura local de Peniche (Gretzel et al., 2015; UNWTO, 2021).

6.4.1 Investimento Inicial

O investimento inicial estimado para a implementação e entrada em funcionamento do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais, considerando a operação de seis refúgios, ascende a aproximadamente 320.000 €. Este montante contempla os custos associados à conceção, instalação e operacionalização do empreendimento, assegurando condições adequadas de conforto, segurança, sustentabilidade e qualidade da experiência oferecida aos hóspedes.

O investimento encontra-se distribuído por diferentes categorias, nomeadamente infraestruturas, unidades de alojamento, equipamentos, sistemas tecnológicos, soluções de sustentabilidade energética e hídrica, bem como despesas iniciais de marketing e comunicação.

A Tabela 7 apresenta uma síntese do investimento inicial, funcionando como Executive Summary do plano financeiro.

Tabela 7 - Investimento inicial

Investimentos Pré-Operacionais	Total (€)
Infraestruturas iniciais	25.000 €
Obras iniciais e adaptação do terreno	15.000 €
Construção das 6 unidades de alojamento	180.000 €
Obras exteriores e paisagismo	40.000 €
Equipamentos essenciais	45.000 €
Segurança e licenciamento	15.000 €
Total	320.000

Fonte: Elaboração própria.

Importa salientar que este orçamento reflete uma opção estratégica pela utilização de materiais sustentáveis, recicláveis e soluções ecológicas, alinhadas com os valores do EcoRaiz e com as tendências do turismo sustentável. Sempre que possível, privilegiaram-se alternativas economicamente eficientes, sem comprometer a qualidade da experiência, a durabilidade das infraestruturas e a coerência ambiental do projeto.

Deste modo, o investimento inicial apresenta-se como financeiramente viável e exequível, permitindo a implementação faseada do projeto e criando bases sólidas para a sua sustentabilidade económica, ambiental e operacional a médio e longo prazo.

6.4.2 Financiamento

O financiamento do projeto EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais assenta numa combinação equilibrada entre capital próprio e financiamento externo, permitindo assegurar a viabilidade económica do investimento inicial e, simultaneamente, reduzir o risco financeiro associado à fase de implementação.

De forma concreta, a estrutura de financiamento prevista é a seguinte:

Capital próprio dos proponentes: 100.000 €, correspondente a 31% do investimento total;

Financiamento externo: 220.000 €, equivalente a 69% do investimento, a obter através de linhas de crédito específicas para o setor do turismo sustentável e de programas de apoio a empreendimentos ecológicos, nomeadamente incentivos nacionais direcionados para o turismo rural e de natureza.

O financiamento externo será estruturado com um plano de reembolso faseado, ajustado à capacidade financeira do projeto, tendo por base projeções realistas de ocupação média dos

refúgios, receitas provenientes do alojamento e das experiências complementares, bem como uma gestão rigorosa dos custos operacionais.

A Tabela 8 sintetiza a estrutura de financiamento do investimento inicial associado às seis unidades de alojamento do EcoRaiz.

Tabela 8 - Estrutura de financiamento do investimento inicial do EcoRaiz

Fonte de Capital	Valor (€)	Percentagem
Capital próprio	100.000	31%
Financiamento externo (crédito/apoios)	220.000	69%
Total	320.000	100%

Fonte: Elaboração própria.

A opção por linhas de crédito e programas de apoio focados no turismo sustentável e rural revela-se coerente com o posicionamento estratégico do EcoRaiz, permitindo alinhar os objetivos económicos do projeto com políticas públicas de incentivo à sustentabilidade, inovação e desenvolvimento dos territórios de baixa densidade.

6.4.3 Modelo de Receita

O modelo de receita do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais assenta numa estratégia diversificada, combinando receitas provenientes do alojamento em refúgios de glamping com receitas complementares associadas a experiências locais, atividades de bem-estar e produtos sustentáveis. Esta diversificação permite reduzir a dependência exclusiva da taxa de ocupação e contribui para a estabilidade financeira do projeto ao longo do ano, especialmente em períodos de menor procura turística.

Fontes de Receita

- As principais fontes de receita do EcoRaiz são:
- Alojamento nos refúgios de glamping, constituindo a principal componente do volume de negócios;
- Experiências e atividades complementares, como workshops culturais e gastronómicos, aulas de surf, sessões de yoga e massagens;
- Merchandising sustentável e produtos locais;
- Programa de fidelização, através de incentivos à repetição da visita e consumo adicional de serviços.

Estrutura de Preços do Alojamento

A Tabela 9 apresenta os preços médios praticados por tipologia de refúgio, diferenciados por época do ano, servindo de base à estimativa do volume de negócios anual.

Tabela 9 – Estrutura de Preços Médios por Refúgio

Refúgio	Verão (Maio-Out)	Inverno (Nov-Abr)	Média anual (aprox.)
Refúgio Raiz (2 pax)	100 €	130 €	115 €
Refúgio Essência (2 pax)	100 €	130 €	115 €
Refúgio do Sol (4 pax)	150 €	180 €	165 €
Refúgio Origem (4 pax)	150 €	180 €	165 €
Refúgio Alma (4 pax)	150 €	180 €	165 €
Refúgio Terra (4 pax)	150 €	180 €	165 €

Fonte: Elaboração própria.

Os valores apresentados correspondem a preços médios por noite e refletem uma estratégia de pricing ajustada à sazonalidade da procura, em coerência com o posicionamento do EcoRaiz como oferta de glamping sustentável e experiencial.

Estimativa de Receita

A receita total anual do EcoRaiz dependerá diretamente:

- da taxa média de ocupação, estimada entre 40% e 80%, em função da época do ano;
- da venda de experiências e serviços complementares, que permitem aumentar o valor médio por hóspede;
- da capacidade de fidelização e repetição da visita.

As receitas complementares provenientes de experiências, workshops, merchandising sustentável e do programa de fidelização assumem um papel estratégico no reforço do volume de negócios, contribuindo para a rentabilidade do projeto e mitigando os efeitos da sazonalidade.

6.4.4 Custos Operacionais

Os custos operacionais anuais do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais foram estimados de forma prudente e ajustada à dimensão do projeto, tendo em consideração a operação de seis refúgios e a adoção de práticas sustentáveis que permitem otimizar recursos e reduzir despesas recorrentes.

A estrutura de custos contempla as principais categorias necessárias ao funcionamento diário do empreendimento, assegurando a manutenção da qualidade da experiência oferecida aos hóspedes, sem comprometer a viabilidade económica do projeto.

Estrutura de Custos Operacionais Anuais

- Manutenção e limpeza: 10.000 €

Inclui limpeza regular das unidades de alojamento e áreas comuns, manutenção preventiva dos refúgios, cuidados com os jardins e gestão da horta biológica.

-Energia e água: 4.800 €

Estimativa baseada numa média mensal de aproximadamente 400 €, beneficiando da utilização de painéis solares, iluminação LED e sistemas de baixo consumo hídrico.

-Pessoal: 30.000 €

Corresponde à remuneração de dois colaboradores em regime parcial e/ou inteiro, com funções polivalentes nas áreas de receção, serviço de pequeno-almoço, manutenção, apoio às atividades e workshops.

- Materiais e consumíveis para atividades: 4.000 €

Inclui materiais para workshops, produtos complementares da horta biológica e pequenos elementos de acolhimento e conforto disponibilizados aos hóspedes.

-Segurança e seguros: 4.000 €

Abrange seguros obrigatórios, equipamentos de segurança e medidas preventivas destinadas a garantir a proteção de hóspedes, colaboradores e infraestruturas.

-Marketing digital e parcerias locais: 2.500 €

Destinado à gestão do website, presença em redes sociais, campanhas digitais pontuais e desenvolvimento de parcerias com produtores e artesãos locais.

Síntese dos Custos Operacionais

Tabela 10 – Custos Operacionais Anuais

Categoria	Valor (€)
Manutenção e limpeza	10.000
Energia e água	9.800
Pessoal (receção, pequeno-almoço, manutenção, workshops)	30.000
Materiais e consumíveis para atividades	4.000
Segurança e seguros	4.000
Marketing digital e parcerias locais	2.500
Total anual estimado	60.300

Fonte: Elaboração própria.

Este orçamento reflete uma operação eficiente, sustentável e economicamente equilibrada, assente na racionalização de recursos, na multifuncionalidade da equipa e na utilização de soluções ecológicas. Desta forma, o EcoRaiz consegue manter elevados padrões de qualidade e autenticidade da experiência do hóspede, preservando simultaneamente o espírito filosófico e emocional que define o projeto.

6.4.5 Análise de Cenários Financeiros (VAL e TIR)

A análise de cenários constitui uma ferramenta fundamental no planeamento financeiro de projetos turísticos, uma vez que permite antecipar diferentes níveis de desempenho económico e preparar estratégias adequadas face à incerteza inerente à procura turística, à sazonalidade e às constantes flutuações do mercado. No setor do turismo, especialmente em projetos ligados ao alojamento e às experiências de natureza, fatores como a procura sazonal, as alterações no comportamento do consumidor, a instabilidade económica e até acontecimentos geopolíticos podem influenciar significativamente os resultados financeiros esperados.

No caso do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais, esta análise assume particular relevância, dado o enquadramento num segmento experiencial e sustentável, fortemente dependente das dinâmicas do destino, da procura por turismo de natureza e da valorização crescente de experiências autênticas e personalizadas. Sendo um projeto que combina alojamento em glamping com experiências culturais e de bem-estar, torna-se essencial avaliar a sua capacidade de adaptação a diferentes contextos de mercado e diferentes níveis de procura turística.

Com o objetivo de analisar a robustez financeira do projeto e a sua sustentabilidade económica a médio e longo prazo, foram definidos três cenários prospetivos: conservador, moderado e otimista, tendo como principal variável de análise a taxa média de ocupação anual dos refúgios. Esta variável foi escolhida por representar um dos principais fatores de influência na geração de receitas do empreendimento, condicionando diretamente a rentabilidade e a viabilidade do investimento.

A definição destes cenários teve por base dados observados no setor do Alojamento Local, nomeadamente através da plataforma TravelBI by Turismo de Portugal, que apresenta indicadores relevantes sobre as taxas de ocupação no setor turístico nacional. A análise destes dados permitiu verificar que a taxa de ocupação líquida média em unidades de alojamento local se situa frequentemente entre 34% e 48%, dependendo da localização, da sazonalidade e do posicionamento da unidade. Assim, optou-se por reajustar os cenários inicialmente previstos, de forma a garantir uma análise mais realista, prudente e defensável em termos académicos e financeiros.

Deste modo, o cenário conservador considera uma taxa média de ocupação anual de 40%, refletindo contextos menos favoráveis, como períodos de menor procura turística, sazonalidade mais acentuada, instabilidade económica ou dificuldades na fase inicial de posicionamento da marca no mercado. Neste cenário, a gestão do projeto centra-se sobretudo na contenção de custos, na otimização dos recursos disponíveis e na adoção de estratégias prudentes de controlo financeiro. Apesar da redução das receitas, o projeto mantém uma estrutura operacional ajustada, permitindo assegurar a continuidade da atividade e uma recuperação gradual à medida que a notoriedade e a procura evoluem.

O cenário moderado assenta numa taxa média de ocupação de aproximadamente 50%, sendo considerado o cenário mais realista para os primeiros anos de operação do EcoRaiz. Neste contexto, as receitas de alojamento permitem assegurar a cobertura integral dos custos operacionais e gerar um equilíbrio financeiro sustentável. As receitas complementares provenientes de workshops, experiências locais, parcerias com produtores regionais e atividades de bem-estar surgem como um importante reforço da proposta de valor e da rentabilidade global do projeto. Este cenário representa uma fase de consolidação da operação e de crescimento sustentável, mantendo coerência com os princípios ambientais e experienciais que definem o empreendimento.

Por sua vez, o cenário otimista pressupõe uma taxa média de ocupação anual de 60%, sustentada por uma procura favorável, uma estratégia eficaz de marketing digital, forte presença online, parcerias locais bem estruturadas e um posicionamento de marca consolidado no segmento do turismo sustentável. Neste cenário, as receitas provenientes da venda de experiências, programas personalizados e atividades complementares assumem um papel ainda mais relevante, permitindo gerar uma margem operacional significativamente superior. Esta situação cria condições favoráveis para o reinvestimento

no projeto, nomeadamente na diversificação da oferta, no reforço da experiência do hóspede e na expansão futura do conceito EcoRaiz.

A Tabela 11 apresenta de forma sintética os diferentes cenários considerados, evidenciando a taxa média de ocupação, a estratégia principal associada a cada contexto e os resultados esperados. Esta abordagem permite uma leitura comparativa mais clara, facilitando a tomada de decisão estratégica e o ajustamento das políticas de preços, comunicação, segmentação e criação de pacotes de experiências.

Tabela 11 – Cenários de ocupação, estratégias associadas e resultados esperados

Cenário	Ocupação média	Estratégia principal	Resultado esperado
Conservador	40%	Contenção de custos e otimização operacional	Rentabilidade estável e crescimento sustentável
Moderado	50%	Consolidação da operação e equilíbrio financeiro	Cobertura de custos, lucro leve
Otimista	60%	Expansão da oferta e reforço das experiências complementares	Elevada rentabilidade e capacidade de reinvestimento

Fonte: Elaboração própria.

Em síntese, a análise de cenários demonstra que o EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais apresenta um modelo financeiro resiliente, adaptável e coerente com a realidade do mercado turístico atual. A utilização de projeções mais prudentes e fundamentadas permite reforçar a credibilidade do projeto e comprovar que a sua viabilidade económica não depende de pressupostos excessivamente otimistas, mas sim de uma estratégia de crescimento gradual, sustentável e bem estruturada. Esta abordagem reforça o posicionamento do EcoRaiz como um projeto sólido, alinhado com as tendências do turismo sustentável e preparado para responder às exigências de um consumidor cada vez mais consciente, exigente e orientado para experiências autênticas e responsáveis.

VAL e TIR – Análise de Viabilidade Económica

Com o objetivo de complementar a análise de cenários anteriormente apresentada, procede-se à avaliação da viabilidade económica do projeto através dos indicadores Valor Atual Líquido (VAL) e Taxa Interna de Rentabilidade (TIR).

A viabilidade económica do EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais foi avaliada através dos indicadores Valor Atual Líquido (VAL) e Taxa Interna de Rentabilidade (TIR), calculados com base nos cash-flows projetados para um horizonte temporal de cinco anos e numa taxa de desconto de 8%, em linha com as práticas recomendadas para a avaliação de projetos turísticos.

O investimento inicial considerado corresponde a 320.000 €, sendo os cash-flows anuais estimados a partir da diferença entre as receitas previstas e os custos operacionais do empreendimento.

A análise foi realizada considerando três cenários financeiros — conservador, moderado e otimista — permitindo avaliar o comportamento do projeto sob diferentes níveis de desempenho económico.

No cenário conservador, baseado numa taxa média de ocupação de 40% e num cash-flow anual prudente de 69.300 €, os resultados evidenciam uma VAL negativa e uma TIR inferior à taxa de desconto, refletindo uma abordagem cautelosa e de menor rentabilidade. Este cenário representa uma fase inicial mais exigente, onde a prioridade se centra na contenção de custos e na manutenção da sustentabilidade mínima da operação.

No cenário moderado, sustentado por uma taxa média de ocupação de 50% e um cash-flow anual estimado de 102.200 €, os indicadores financeiros apresentam já uma VAL positiva e uma TIR superior à taxa de desconto, demonstrando que o projeto se torna financeiramente viável e capaz de gerar valor económico de forma equilibrada e sustentável.

Por sua vez, no cenário otimista, baseado numa taxa média de ocupação de 60% e num cash-flow anual de 139.700 €, verifica-se uma VAL significativamente positiva e uma TIR bastante superior, refletindo um elevado potencial de rentabilidade e forte capacidade de reinvestimento. Neste contexto, o projeto beneficia não apenas das receitas de alojamento, mas também da crescente valorização das experiências complementares, workshops e atividades locais.

Esta análise confirma que o EcoRaiz apresenta robustez financeira quando considerada uma ocupação média realista e a exploração progressiva das suas fontes de receita, reforçando a sua atratividade enquanto projeto de turismo sustentável e experiencial. Os resultados evidenciam que a viabilidade económica do projeto depende diretamente do nível de ocupação e da capacidade de diversificação das receitas, reforçando a importância de uma estratégia de crescimento faseado, sustentável e ajustado à realidade do mercado turístico atual.

Pressupostos de Receita (síntese)

Receita média por noite:

$$(2 \times 115 \text{ €} + 4 \times 165 \text{ €}) \div 6 \approx 148 \text{ € por refúgio/noite}$$

Receita anual – cenário conservador (40% de ocupação)

Noites por ano: 365

Ocupação média: 40% → 146 noites ocupadas/ano

Receita anual estimada:

$146 \times 6 \text{ refúgios} \times 148 \text{ €} \approx 129.600 \text{ €}$ (alojamento)

Custos operacionais estimados: ~60.300 €

Cash-flow operacional estimado:

$129.600 \text{ €} - 60.300 \text{ €} = 69.300 \text{ €}$

Receita anual – **cenário moderado (50% de ocupação)**

Noites por ano: 365

Ocupação média: 50% → 183 noites ocupadas/ano

Receita anual estimada:

$183 \times 6 \text{ refúgios} \times 148 \text{ €} \approx 162.500 \text{ €}$ (alojamento)

Custos operacionais estimados: 60.300 €

Cash-flow operacional estimado:

$162.500 \text{ €} - 60.300 \text{ €} = 102.200 \text{ €}$

Receita anual – **cenário otimista (60% de ocupação)**

Noites por ano: 365

Ocupação média: 60% → 219 noites ocupadas/ano

Receita anual estimada:

$219 \times 6 \text{ refúgios} \times 148 \text{ €} \approx 195.000 \text{ €}$ (alojamento)

Custos operacionais estimados: ~55.300 €

Cash-flow operacional estimado:

$195.000 \text{ €} - 55.300 \text{ €} = 139.700 \text{ €}$

Nota metodológica

Para efeitos de prudência na análise financeira, consideram-se três cenários de exploração (conservador, moderado e otimista), permitindo testar a viabilidade do projeto em diferentes níveis de procura. Estes cash-flows servem de base direta ao cálculo do VAL e da TIR, garantindo coerência entre a projeção operacional e a avaliação financeira do investimento.

Tabela 12 – Análise da VAL e da TIR por cenário

Cenário	Cash-flow	VAL (8%)	TIR
Conservador	69.300 €	-61.672 €	0,36%
Moderado	102.200 €	237.782 €	33,27%
Otimista	139.700 €	418.000 €*	52%*

Os resultados evidenciam que a viabilidade económica do projeto EcoRaiz depende de forma significativa do nível de ocupação, demonstrando uma elevada sensibilidade da rentabilidade à procura efetiva. No cenário conservador, o projeto revela limitações de viabilidade, enquanto nos cenários moderado e otimista se verifica uma criação de valor significativa, com VAL positivo e uma TIR superior à taxa de desconto de 8%. Estes resultados reforçam a importância de uma estratégia de implementação faseada e de crescimento progressivo da taxa de ocupação e das receitas complementares, de forma a garantir a sustentabilidade financeira do projeto.

Capítulo 7 – Conclusão

As sociedades contemporâneas enfrentam, no presente e no futuro próximo, desafios profundos que influenciam diretamente a economia, a vida das comunidades e o setor do turismo. A instabilidade geopolítica, marcada pelo conflito na Ucrânia e por outras tensões internacionais, tem gerado incertezas significativas nos mercados globais, provocando o aumento dos preços da energia, das matérias-primas e dos bens de consumo essenciais. Esta realidade afeta diretamente a gestão das empresas turísticas, a sua capacidade de investimento e, simultaneamente, condiciona o poder de compra das famílias e as suas decisões de consumo e de viagem.

Paralelamente, os desafios ambientais assumem um papel cada vez mais central. A escassez de água, as alterações climáticas, os fenómenos meteorológicos extremos e a crescente degradação dos ecossistemas exigem respostas urgentes, responsáveis e sustentáveis. O setor do turismo encontra-se particularmente exposto a estas problemáticas, uma vez que depende diretamente da preservação dos recursos naturais, da autenticidade dos territórios e da qualidade ambiental dos destinos. Assim, torna-se evidente que o turismo do presente e do futuro deverá assentar em modelos mais conscientes, sustentáveis e alinhados com as novas exigências sociais e ambientais.

Viajar é hoje muito mais do que uma simples deslocação ou uma atividade de lazer. O turista contemporâneo procura experiências autênticas, personalizadas e emocionalmente significativas, valorizando o contacto com a natureza, o bem-estar, a cultura local e a autenticidade dos destinos. Esta transformação no comportamento do consumidor turístico reforça a necessidade de repensar os modelos tradicionais de turismo e de apostar em propostas diferenciadoras, capazes de gerar valor económico sem comprometer a sustentabilidade ambiental e social.

Foi precisamente neste enquadramento que surgiu o projeto EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais, concebido como uma proposta inovadora e estrategicamente relevante, orientada para responder a estas novas exigências do mercado. Mais do que uma unidade de alojamento turístico, o EcoRaiz pretende afirmar-se como um conceito diferenciador, baseado na valorização do território, na sustentabilidade ambiental e na promoção de experiências genuínas e memoráveis.

O projeto combina o conforto e a exclusividade do glamping com a autenticidade das tradições locais, permitindo ao visitante viver uma experiência imersiva e significativa. A

proposta não se limita à estadia, mas integra atividades ligadas à gastronomia regional, ao bem-estar, ao contacto com a natureza e à participação ativa na cultura local, criando valor tanto para o turista como para a comunidade envolvente. Esta abordagem permite transformar a experiência turística numa vivência mais profunda e emocional, reforçando a ligação entre visitante e destino.

A escolha da região de Peniche e do Oeste de Portugal revela-se estrategicamente adequada, considerando o seu elevado potencial turístico, a riqueza paisagística, a proximidade ao mar, a autenticidade cultural e a crescente procura por destinos menos massificados. O EcoRaiz pretende afirmar-se como uma referência nesta região, reforçando a competitividade turística local e promovendo a descentralização da procura turística, reduzindo a pressão sobre destinos mais saturados e valorizando territórios com forte identidade própria.

Simultaneamente, o projeto contribui para combater a sazonalidade, um dos grandes desafios do turismo em Portugal, ao criar uma oferta atrativa durante diferentes épocas do ano e não apenas nos períodos de maior afluência turística. A aposta em experiências ligadas ao bem-estar, à natureza e à cultura permite reduzir a dependência da procura exclusivamente sazonal e promove um desenvolvimento mais equilibrado e sustentável ao longo do ano.

Outro aspeto relevante do projeto prende-se com o seu impacto económico e social. O EcoRaiz não se limita à geração de receitas e rentabilidade empresarial, mas procura também criar valor para a comunidade envolvente. A valorização de produtores locais, a parceria com pequenos negócios regionais, a promoção do artesanato, da gastronomia e das experiências culturais locais representam uma importante estratégia de desenvolvimento territorial. Desta forma, o projeto contribui para dinamizar a economia regional, fortalecer redes de cooperação e promover um turismo mais inclusivo, responsável e equilibrado.

A cultura organizacional do EcoRaiz assenta em valores fundamentais como a sustentabilidade, a autenticidade, a transparência, a proximidade e a cooperação. Estes princípios orientam não apenas a proposta de valor oferecida ao cliente, mas também toda a gestão interna e o relacionamento com parceiros e stakeholders. Num mercado cada vez mais competitivo, esta coerência entre valores e prática constitui uma vantagem competitiva importante, permitindo posicionar o projeto de forma sólida e credível junto de um segmento de turistas cada vez mais consciente e exigente.

Importa ainda referir que os objetivos gerais e específicos definidos no início deste trabalho foram alcançados, nomeadamente através da análise de mercado, da avaliação da viabilidade económica do projeto, da definição de estratégias de marketing digital e comunicação e da proposta de experiências culturais capazes de envolver e beneficiar a comunidade local. O desenvolvimento deste plano de negócios permitiu comprovar que é possível conciliar rentabilidade económica com responsabilidade social e ambiental, reforçando a importância de modelos turísticos mais sustentáveis e alinhados com as novas exigências do consumidor contemporâneo.

Do ponto de vista estratégico, conclui-se que o EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais apresenta forte viabilidade e relevância no atual contexto turístico. O projeto responde de forma coerente às tendências emergentes do setor, nomeadamente à crescente procura por turismo sustentável, slow tourism, experiências personalizadas e destinos com identidade própria. A sua proposta de valor diferencia-se pela combinação entre inovação, responsabilidade ambiental e autenticidade, elementos essenciais para garantir competitividade e sustentabilidade a médio e longo prazo.

Mais do que um simples plano de negócios, o EcoRaiz traduz-se numa verdadeira visão de futuro para o turismo. Representa a defesa de uma nova forma de viajar: mais lenta, mais consciente, mais enraizada e mais responsável. Viajar deixa de ser apenas deslocação e consumo e passa a ser uma oportunidade de reconexão com a natureza, com as pessoas e com o território. Esta perspetiva encontra-se profundamente alinhada com os princípios do slow tourism, que privilegia a qualidade da experiência em detrimento da quantidade, o significado em vez da superficialidade e a sustentabilidade em vez da massificação.

Importa ainda destacar que este projeto reflete não apenas uma oportunidade de negócio, mas também uma visão pessoal e profissional de futuro. O EcoRaiz representa a concretização de um sonho: criar um espaço com propósito, identidade e impacto positivo, capaz de valorizar as raízes locais e contribuir para um turismo mais humano e transformador. A redução da sazonalidade, a promoção da autenticidade e a criação de experiências verdadeiramente memoráveis constituem pilares fundamentais desta ambição.

Conclui-se, assim, que o EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais é um projeto viável, sustentável e estrategicamente relevante, capaz de acrescentar valor à oferta turística regional e de atrair um segmento de turistas que privilegia experiências diferenciadoras e responsáveis. A sua implementação poderá representar não apenas um contributo económico significativo, mas também um exemplo de boas práticas no turismo sustentável e no desenvolvimento territorial.

Por fim, o EcoRaiz assume-se como muito mais do que um empreendimento turístico. Representa um compromisso com a sustentabilidade, com a comunidade e com uma nova forma de pensar o turismo, mais consciente e mais responsável. Este projeto traduz uma visão de futuro que valoriza o equilíbrio entre desenvolvimento económico, preservação do território e bem-estar das comunidades locais.

Mais do que uma proposta de negócio, o EcoRaiz reflete também uma visão pessoal e profissional sobre o papel do turismo na sociedade contemporânea. Acredita-se que o futuro do setor passará inevitavelmente por modelos mais autênticos, sustentáveis e humanos, onde a experiência do viajante está profundamente ligada ao respeito pelo território e pelas suas identidades. Neste sentido, o EcoRaiz procura ser não apenas um projeto viável, mas também um contributo para um turismo mais consciente, equilibrado e duradouro para as gerações futuras.

Referências Bibliográficas

- Almeida, B. F., Almeida, G. G. F., & Almeida, P. (2026). Theme hotels, cultural heritage and destination image: The case of Portugal. *International Journal of Marketing, Communication and New Media*, 18, 127–145. <https://doi.org/10.54663/2182-9306.2026.SpecialIssueCMTH.127-145>
- Almeida, J. (2022). Ordenamento do território e turismo sustentável: desafios e oportunidades. *Revista Portuguesa de Turismo*, 15(2), 45–61.
- Araújo, L. M. de. (2008). Análise de stakeholders para o turismo sustentável. *Caderno Virtual de Turismo*, 8(1), 91–99.
- Assembleia da República. (2017). Regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos (Decreto-Lei n.º 80/2017, de 30 de junho). *Diário da República*. <https://dre.pt>
- Ballou, R. H. (2006). *Gerenciamento da cadeia de suprimentos: Logística empresarial*. Porto Alegre: Bookman.
- Banco de Portugal. (2024). Relatório económico e financeiro 2024. <https://www.bportugal.pt>
- Bansal, P., & Roth, K. (2000). Why companies go green: A model of ecological responsiveness. *Academy of Management Journal*, 43(4), 717–736. <https://doi.org/10.2307/1556363>
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Blackstock, K. (2005). A critical look at community-based tourism. *Community Development Journal*, 40(1), 39–49.
- Boscoboinik, A., & Bourquard, E. (2012). *Tourism and luxury: Global perspectives*. London: Routledge.
- Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 411–421.

- Brochado, A., & Pereira, C. (2017). Comfortable experiences in nature accommodation: Perceived service quality in glamping. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 17, 77–83.
- Brooker, E., & Joppe, M. (2013). Trends in camping and outdoor hospitality: An international review. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 3–4, 1–6.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management. *Tourism Management*, 29(4), 609–623.
- Butler, R. W. (1980). *The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources*. *Canadian Geographer*, 24(1), 5–12.
- Butler, R. W. (1999). *The tourism area life cycle: Applications and modifications*. Channel View Publications.
- Carvalho, J., & Brito, P. (2020). Surf tourism in Portugal: Development, sustainability, and challenges. *Journal of Sport & Tourism*, 24(2), 85–104.
- Carvalho, P., & Costa, C. (2021). Tourism planning and development in Portugal: Challenges and future directions. *Journal of Tourism Futures*, 7(2), 129–142.
- Carvalho, P., & Patrício, M. (2019). Turismo comunitário e desenvolvimento local sustentável. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 32, 45–58.
- Cavaco, C. (2009). *Turismo rural e desenvolvimento sustentável*. Lisboa: Colibri.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson.
- Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 15(3), 371–386.
- Completo, F. (2007). *Ecoturismo e desenvolvimento sustentável*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Concu, N., & Atzeni, G. (2012). Slow tourism and sustainability. *Tourism Analysis*, 17(6), 791–803.

Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). *Turismo: Princípios e prática*. Lisboa: Edições Sílabo.

Craig, C. A., & Karabas, I. (2021). Glamping: Balancing the outdoor experience and luxury in the post-COVID era. *Tourism and Hospitality Research*, 21(2), 191–203.

Cunha, L. (2006). *Introdução ao turismo* (3.^a ed.). Lisboa: Verbo.

Cvelić-Bonifačić, J., Milohnić, I., & Cerović, Z. (2017). Glamping: Creative accommodation in camping resorts. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 4, 101–114.

Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de março. Regime Jurídico dos Empreendimentos Turísticos. Diário da República. <https://dre.pt>

Dias, R. (2003). *Turismo sustentável e meio ambiente*. São Paulo: Atlas.

Dickinson, J. E., & Lumsdon, L. M. (2010). *Slow travel and tourism*. London: Earthscan.

Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Harper & Row.

Eremić, M. (2021). Sustainable accommodation in nature-based tourism. *Sustainability*, 13(4), 2124.

Erkiliç, E., & Yildirim, G. (2019). Glamping as a sustainable tourism alternative. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 3(2), 1–12.

ETC – European Travel Commission. (2023). European tourism: Trends & prospects – Q1/2023. <https://etc-corporate.org>

Eurostat. (2022). Tourism statistics – Nights spent at tourist accommodation establishments. <https://ec.europa.eu/eurostat>

Fennell, D. A. (2020). *Ecotourism* (5th ed.). London: Routledge.

Font, X., & McCabe, S. (2017). Sustainability and marketing in tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(7), 869–883.

- Governo de Portugal. (2023). PRR – Plano de Recuperação e Resiliência: Turismo e inovação. <https://recuperarportugal.gov.pt>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2012). Challenges of tourism in a low-carbon economy. *WIREs Climate Change*, 3(6), 525–538.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2015). Tourism and water. *Tourism Management*, 50, 1–15.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188.
- Hall, C. M., & Lew, A. A. (2009). *Understanding and managing tourism impacts*. London: Routledge.
- Honey, M. (2008). *Ecotourism and sustainable development: Who owns paradise?* (2nd ed.). Washington, DC: Island Press.
- Hudson, S., & Thal, K. (2013). Social media and consumer decision process. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1–2), 156–160.
- INE – Instituto Nacional de Estatística. (2021). Censos 2021 – Resultados definitivos. <https://www.ine.pt>
- INE – Instituto Nacional de Estatística. (2024). Estatísticas do turismo 2023. <https://www.ine.pt>
- Jones, P., Hillier, D., & Comfort, D. (2016). SDGs and tourism. *Sustainability*, 8(12), 1119
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Lendrevie, J., Lévy, J., Dionisio, P., & Rodrigues, J. V. (2015). *Mercator: Teoria e prática do marketing* (16.^a ed.). Dom Quixote.
- Lima, J., & de Carvalho, L. (2010). *Marketing turístico*. Escolar Editora

- Lyu, S. O., Kim, J., & Baek, S. (2020). Luxury camping experience. *Tourism Management*, 76, 103971.
- MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology*, 79(3), 589–603.
- Marlina, E., Ahmad, R., Putri, S., & Yusuf, M. (2026). Gen Z's travel preferences. *Tourism and Hospitality*, 7(1), Article 15.
- Martins, A., & Silva, L. (2018). Turismo de natureza e desenvolvimento sustentável. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 48, 73–88.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.
- Miller, G., Rathouse, K., Scarles, C., Holmes, K., & Tribe, J. (2010). Public understanding of sustainable tourism. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 627–645.
- OMT – Organização Mundial do Turismo. (2021). *Tourism and rural development*. Madrid: OMT.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Business Model Generation: Inovação em Modelos de Negócio*. Alta Books.
- Page, S. J., & Ateljevic, J. (2011). *Turismo e empreendedorismo*. Elsevier Brasil.
- Perez-Aranda, J., Tolkach, D., & Panchal, J. H. (2026). Reputation and eWOM in accommodation decision-making. *Tourism Review*, 81(1), 455–481.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre and every business a stage*. Harvard Business School Press.
- Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*.
- Rebocho, L., & Correia, A. (2017). Turismo sustentável e alojamento em espaços naturais. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 27, 55–69.
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225–1253.

- Rockart, J. F. (1979). *Chief executives define their own data needs*. *Harvard Business Review*, 57(2), 81–93.
- Scarborough, N. M. (2015). *Essentials of entrepreneurship and small business management* (8th ed.). Pearson.
- Schmitt, B. H. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands*. The Free Press.
- Sigala, M. (2018). *Social media and customer engagement in the era of collaborative consumption*. In M. Sigala & U. Gretzel (Eds.), *Advances in Social Media for Travel, Tourism and Hospitality* (pp. 1–20). Routledge.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (2002). *Consumer behaviour in tourism*. Butterworth-Heinemann.
- Turismo Centro de Portugal. (2023). *Relatório anual de atividades turísticas 2023*. <https://turismodocentro.pt>
- Turismo de Portugal. (2020). *Guia de regulamentação do turismo de natureza*. <https://www.turismodeportugal.pt>
- Turismo de Portugal. (2023). *Estatísticas do turismo em Portugal 2023*. <https://www.turismodeportugal.p>
- Tussyadiah, I., & Wang, D. (2016). *Tourism experiences in a digitally connected world*. *Journal of Tourism Futures*, 2(2), 103–115.
- UNWTO. (2023). *World Tourism Barometer 2023*. <https://www.unwto.org>
- Usman, A. C., Al-Hendawi, M., & Bulut, S. (2025). *Approaches to qualitative research: A narrative literature review*. *Advances in Medicine, Psychology, and Public Health*, 2(2), 81–95. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12804998>
- Weaver, D. (2001). *The encyclopedia of ecotourism*. Wallingford: CABI
- Weaver, D. B. (2006). *Sustainable tourism: Theory and practice*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179–188.

Yüksel, I. (2012). Developing a multi-criteria decision making model for PESTEL analysis. *International Journal of Business and Management*, 7(24), 52–66.

Glossário

ATL (Above the Line)

Conjunto de ações de comunicação de marketing realizadas através de meios de comunicação de massa, como imprensa, televisão, rádio, publicidade exterior e eventos de grande alcance.

BTL (Below the Line)

Ações de comunicação de marketing direta e segmentada, incluindo marketing digital, email marketing, redes sociais, marketing de conteúdo e outras iniciativas orientadas para públicos específicos.

Cash-flow

Fluxo de caixa gerado pela atividade do empreendimento, resultante da diferença entre as receitas obtidas e os custos operacionais num determinado período.

Experiência Turística

Conjunto de vivências, emoções e percepções resultantes da interação do turista com o destino, os serviços prestados e a comunidade local.

Glamping

Forma de alojamento turístico que combina o contacto com a natureza típico do campismo com elevados níveis de conforto, design e serviços.

Marketing-Mix (7 P's)

Modelo estratégico de marketing composto pelas variáveis Produto, Preço, Distribuição, Comunicação, Pessoas, Processos e Evidências Físicas, utilizado para estruturar e posicionar a oferta turística.

OTA (Online Travel Agency)

Plataforma digital de intermediação turística que permite a reserva de alojamento e outros serviços turísticos online, como o Booking ou a Expedia.

Revenue Management

Conjunto de técnicas de gestão de preços e capacidade com o objetivo de maximizar a receita, ajustando tarifas à procura e à sazonalidade.

Slow Tourism

Abordagem ao turismo que privilegia experiências autênticas, sustentáveis, de contacto com a comunidade local e um ritmo de viagem mais consciente.

Storytelling

Técnica de comunicação baseada na criação de narrativas envolventes para transmitir valores, identidade e experiências associadas a uma marca ou projeto turístico.

Taxa Interna de Rentabilidade (TIR)

Indicador financeiro que expressa a taxa de rentabilidade de um projeto, correspondendo à taxa de desconto para a qual o Valor Atual Líquido é igual a zero.

Turismo Sustentável

Modelo de desenvolvimento turístico que procura equilibrar os impactos económicos, sociais e ambientais, garantindo benefícios para as gerações presentes e futuras.

Valor Atual Líquido (VAL)

Indicador financeiro que mede a diferença entre o valor atual das entradas de caixa futuras e o investimento inicial, permitindo avaliar a viabilidade económica de um projeto.

Anexos

Anexo A – Enquadramento Legal do Projeto (RJET)

Excertos do Regime Jurídico dos Empreendimentos Turísticos

O presente anexo apresenta excertos do Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de março, que aprova o Regime Jurídico dos Empreendimentos Turísticos (RJET), com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 80/2017, de 30 de junho, relevantes para o enquadramento legal do projeto EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais.

Artigo 3.º – Tipologia dos empreendimentos turísticos

“São empreendimentos turísticos as instalações destinadas a prestar serviços de alojamento, mediante remuneração, com fins turísticos, nomeadamente os parques de campismo e de caravanismo.”

Artigo 14.º – Parques de campismo e caravanismo

“Os parques de campismo e caravanismo são empreendimentos turísticos instalados em terrenos devidamente delimitados e dotados de estruturas que permitem a instalação de tendas, reboques, caravanas, autocaravanas ou outras formas de alojamento amovível, podendo ainda integrar bungalows, mobile homes e unidades similares.”

Artigo 20.º – Classificação dos empreendimentos turísticos

“A exploração de empreendimentos turísticos depende de classificação atribuída pela câmara municipal territorialmente competente, nos termos do presente regime jurídico.”

Artigo 22.º – Manutenção da classificação

“A classificação dos empreendimentos turísticos está sujeita a reavaliação periódica, devendo ser assegurada a manutenção dos requisitos legais, de qualidade, segurança e funcionamento.”

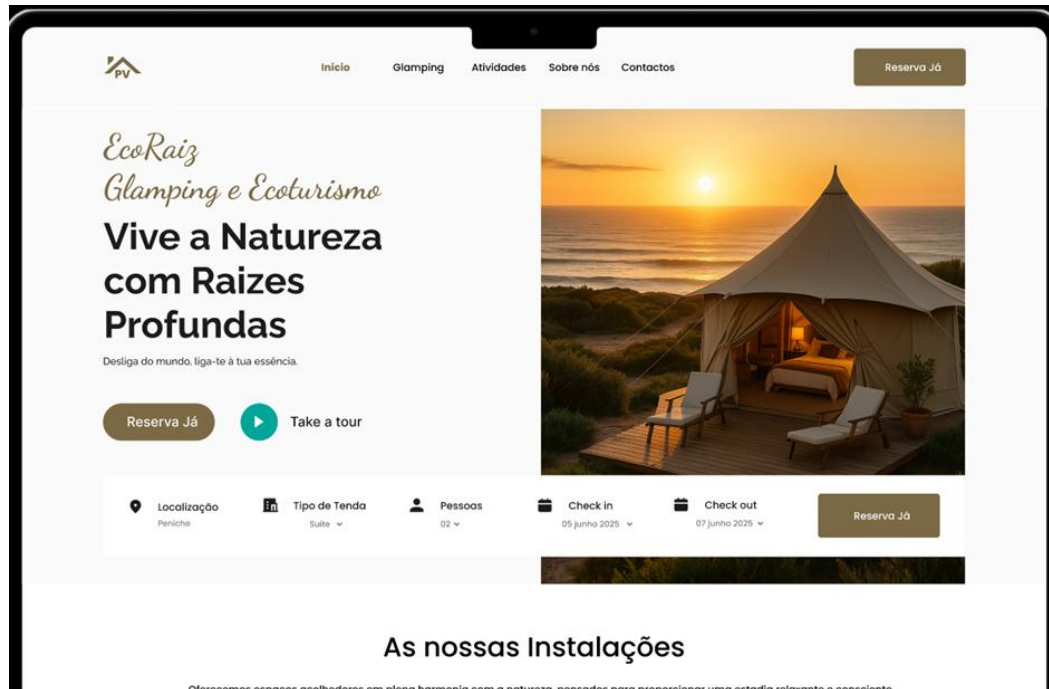
Fonte:

Assembleia da República (2008; 2017). Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de março, com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 80/2017, de 30 de junho. Diário da República.

Os excertos apresentados fundamentam juridicamente a tipologia, classificação e funcionamento do projeto EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais, em conformidade com o RJET.

Apêndices

Apêndice A - Website



Fonte: elaboração própria

Apêndice B - Regulamento Interno do EcoRaiz Glamping & Experiências Locais

APÊNDICE B - REGULAMENTO INTERNO



EcoRaiz

Glamping & Experiências Locais



ÉPOCA DE FUNCIONAMENTO

Aberta todo o ano.



HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO

Recepção, 6 refeições de recepção, cada jogo de

✓ piscina, ar condicionado e terraço.



LIMPEZA

Chovar de lençóis de toalete:

✓ limpeza de lençóis
✓ higienização das áreas



ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO

Uso de produtos perigosos proibido.

Ter circular em áreas



RESERVAS E PAGAMENTOS

Mínimo estadia de 3 noites

Pagamento de 50% do valor inicial



SEGURANÇA E AMBIENTE

Proibido danificar móveis, plantas ou animais

A glamping dispõe de extintores e equipamentos de primeiros socorros



REGRAS E PAGAMENTOS

Até 2 horas de 2 noites mínimo.

Menor valor 48 horas até direito a reembolso.



CANCELAMENTOS

Até 48 horas antes da entrada:

Proibido danificação de móveis, plantas ou animais



DIREITOS DOS HÓSPEDES

Acesso à internet

Local adequado para o descanso, regulamento e serviços, disponível para.



DISPOSIÇÕES FINAIS

Ao abandonar o espaço, o hóspede deve a expulsão, sem reembolso.

DISPOSIÇÕES FINAIS

Não cumprimento das regras pode levar a expulsão e representação pelo espaço.

Você é responsável por danos pessoais ou danos de objetos ao espaço.

Apêndice C – Questionário de avaliação de satisfação do hóspede



EcoRaiz

Dados gerais (opcional)

Idade: _____

Nacionalidade: _____

Avaliação da experiência

1 = Muito Insatisfeito 1 = Muito Satisfeito 5 = Muito Satisfeito

	1	2	3	3	4	5
Conforto da cabana						
Limpeza e higiene	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Atendimento da equipa	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Qualidade do pequeno-almoço	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Experiências culturais e atividades locais		☐	☐	☐	☐	☐
Sustentabilidade e práticas ecológicas		☐	☐	☐	☐	☐
Localização e envolvimento com a natureza		☐	☐	☐	☐	☐

Perguntas abertas

O que mais gostou na sua estadia?

O que podemos melhorar?

Tem sugestões para novas experiências ou atividades no EcoRaiz?

Qual a probabilidade de recomendar o EcoRaiz a familiares ou amigos?

0 1 ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Nada provável 3 4 5 6 7 8 9 10 11 10

Apêndice D – Menu do pequeno-almoço

Menu de Pequeno-Almoço – EcoRaiz Glamping & Experiências Locais

Pão e Bases

- Pão de cereais, pão de trigo, pão de alfarroba ou pão proteico com requeijão.
- Croissant ou brioche (opcional).

Ovos (uma opção por pessoa)

- Mexidos
- Omelete
- Frito
- Poché

Frutas (três por pessoa)

- Frutas da época: maçã, laranja, pera, pêssago, tangerina
- Frutas exóticas: melancia, mamão, mirtilos
- Abacate fatiado

Complementos

- Manteiga, queijo fresco, queijo flamengo, fiambre de peru/frango, marmelada, doce caseiro.
- Cereais: muesli, corn flakes.

Bebidas

- Chás (incluindo Matcha Tea), café, leite, sumo natural.

Entrega e Serviço

- Horário: das 07h00 às 11h00.
- Reserve previamente na receção o seu pequeno-almoço e o horário desejado.
- Entregamos à porta do refúgio ou, se preferir, poderá vir saborear no nosso café, num ambiente tranquilo e acolhedor.



EcoRaiz

GLAMPING & EXPERIÊNCIAS LOCAIS

PÃO E BASES

Pão de cereais, pão, de trigo.
pão de alfarroba ou pão protico
com requeijão.
Croissant ou broché (opcional)

FRUTAS (TRÊS POR PESSOA)

Frutas da época.
macã, laranja, pera, pêssego,
tangerine

COMPLEMENTOS

Manteiga, queijo fresco.
queijo flamengo, fiambre
de peru/frango, marmelada,
doce caseiro

OVOS (UMA OPCÃO POR PESSOA)

Mexidos
Omelete
Frito
Pochê

FRUTAS (TRÊS POR PESSOA)

Frutas da época, macã, laranja,
pera, pêssego, tangerina
Abacate fatiado

BEBIDAS

Tés (incluído Matchá Tea)
café
Leite
sumo natural



ENTREGA E SERVIÇO

Horário, das 07h00 às 11h00.

Apêndice E – Kit de Boas-Vindas EcoRaiz



Apêndice F – Linha de merchandising EcoRaiz







Apêndice G – Newsletter

Newsletter EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais

Conecta-te à natureza. Vive a Cultura. Sente a essência de Peniche.

Caro(a) leitor(a),

É com grande entusiasmo que apresentamos o **EcoRaiz**, um projeto turístico sustentável que une o conforto do glamping à autenticidade das tradições locais da região de Peniche.

No **EcoRaiz**, acreditamos que viajar é mais do que visitar: é sentir, aprender e partilhar. Por isso, criámos um espaço onde podes dormir sob as estrelas em tendas e cabanas ecológicas, saborear produtos frescos das nossas hortas, participar em experiências culturais e reconectar-te com a natureza e contigo mesmo.

O que torna o EcoRaiz especial

- **Alojamento ecológico e confortável**
- **Pequeno-almoço** com produtos locais e sazonais
- **Workshops temáticos:**
 - Colheita na horta e cozinha ao vivo
 - Cerâmica artesanal com mestres locais
 - Sessões de ioga ao ar livre
 - Aulas de surf às quartas-feiras e domingos
 - Provas de vinhos regionais
 - Noites de Fado às sextas-feiras
 - Passeios interpretativos pela costa
 - Ações mensais de limpeza de praias



A nossa missão

Promover um turismo de experiência autêntico, sustentável e enraizado na identidade de Peniche, contribuindo para o desenvolvimento local e para uma forma mais consciente de viajar.

Seja para relaxar, aprender algo novo ou mergulhar na cultura local, no **EcoRaiz** cada dia é uma oportunidade de criar memórias inesquecíveis.

Os nossos parceiros

O sucesso do **EcoRaiz** é também possível graças ao apoio e colaboração de várias entidades que partilham a nossa visão de um turismo sustentável e enraizado na comunidade local:

- ☐ Associação de Agricultores do Oeste
- ☐ Câmara Municipal de Peniche
- ☐ Comunidade Intermunicipal do Oeste
- ☐ Instituto Politécnico de Leiria (IPL)
- ☐ Peniche Surfing Club
- ☐ Turismo Centro de Portugal

A todos, o nosso sincero agradecimento!

🔗 **Segui-nos nas redes sociais** e fica a par das novidades, datas dos workshops e reservas especiais.

EcoRaiz – Glamping & Experiências Locais

Peniche, Portugal

www.ecoraiz.pt

info@ecoraiz.pt



115

Apêndice H- Tabela de Preços



EcoRaiz

Tabela de Preços

Refúgio EcoRaiz	Vérão (Maio a Outubro)	Inverno (Novembro a Abril)
🌿 Refúgio Raiz (≥ 2 pax)	130,00 €	100,00 €
★ Refúgio Essência	130,00 €	100,00 €
☀️ Refúgio do Sol	180,00 €	150,00 €
✳️ Refúgio Origem	180,00 €	150,00 €
★ Refúgio Alma	180,00 €	150,00 €
🌱 Refúgio Terra	180,00 €	150,00 €

Notas: Cama extra: 30,00 €/noite.

Estadia mínima: 2 noites.

Inclui pequeno-almoço servido no refúgio.

Cada Refúgio EcoRaiz foi concebido para proporcionar uma experiência única, inspirada na ligação entre conforto, autenticidade e natureza.

Apêndice I- Personas

Persona	Idade	Nacionalidade	Profissão	Motivações	Objectivos	Comportamento Digital
1. Sofia, a Nómada Digital	32	Portuguesa	Freelancer de marketing	Natureza, silêncio, Wi-Fi confiável	Encontrar alojamentos tranquilos com Wi-Fi confiável; trabalhar remotamente em ambientes inspiradores; partilhar experiências nas redes sociais e blogs.	Usa Instagram, Airbnb, pesquisa por blogs
2. Lukas & Anna, o Casal Ecológico	28 & 30	Alemães	Engenheiros ambientais	Viagens sustentáveis, experiências locais	Viver experiências sustentáveis e ecológicas; apoiar o turismo responsável; descobrir destinos através de travel vloggers.	Usam Booking, YouTube, seguem travel vloggers
3. Clara, a Viajante Solitária	45	Francesa	Professora	Cultura local, paz interior	Explorar culturas locais com autenticidade; descansar e encontrar paz interior; inspirar-se através de blogs e redes visuais.	Lê artigos em blogs, está no Facebook e Pinterest
4. Miguel e Raquel, Pais Jovens	38 & 35	Portugueses	Designers	Viajar com crianças, natureza segura	Proporcionar viagens seguras e confortáveis com os filhos; conectar-se com a natureza de forma acessível; encontrar dicas em páginas	Procuram no Google, seguem páginas de famílias viajantes
5. Tom, o Surfista Espiritual	27	Australiano	Instrutor de surf	Surf, meditação, minimalismo	Conciliar surf com relaxamento e meditação; procurar locais minimalistas e tranquilos; fazer parte de comunidades com os mesmos valores.	Está no Instagram, TikTok e fóruns de surf
6. Marta, a Millennial Veggie	29	Espanhola	Nutricionista	Comida sustentável, slow living	Ter acesso a alimentação saudável e sustentável; viver de acordo com o slow living; seguir tendências de bem-estar nas redes sociais.	Segue influencers de bem-estar no Instagram
7. James, o Reformado Ativo	66	Britânico	Reformado	Natureza, descanso, boa comida	Relaxar em contacto com a natureza; desfrutar de boa gastronomia local; escolher destinos baseando-se em avaliações online.	Usa Facebook e TripAdvisor
8. Nuno, o Urbano Desligado	41	Português	Gestor de IT	Pausa digital, detox	Fazer detox digital e fugir do stress urbano; descobrir experiências slow travel; ver vídeos inspiradores sobre viagens.	Usa YouTube para vídeos de "slow travel"
9. Lea, a Estudante de Erasmus	24	Holandesa	Estudante	Aventura, baixo custo, partilha	Viajar com baixo orçamento; viver aventuras memoráveis; partilhar experiências nas redes e deixar reviews.	Usa Instagram e TikTok, partilha reviews no Google Maps
10. Beatriz e Vítor, o Casal Romântico	33 & 36	Brasileiros	Jornalista e médico	Celebração, natureza, experiências únicas	Celebrar datas especiais com experiências únicas; viver momentos em contacto com a natureza; inspirar-se em blogs e Instagram de casais viajantes.	Instagram e blogs de viagens para casais

Apêndices do Plano de Recursos Humanos – EcoRaiz

Apêndice J – Descrição Genérica das Funções

Função	Responsabilidades principais
Gestor	Planeamento estratégico, gestão de operações, coordenação da equipa, supervisão financeira e administrativa.
Rececionista (3)	Atendimento ao cliente, check-in/check-out, reservas, informações sobre experiências e atividades.
Housekeeping (2)	Limpeza e manutenção das cabanas e áreas comuns; gestão de materiais de limpeza e roupa de cama.
Chefe de Cafeteria/Economato	Planeamento e supervisão da cafeteria, gestão de stock, coordenação de equipas de cozinha e atendimento.
Empregado de Balcão	Atendimento na cafeteria, apoio a hóspedes nas refeições e pequenas vendas de produtos locais.
Técnico de Manutenção	Manutenção preventiva e corretiva das instalações, equipamentos e infraestruturas.
Operário Polivalente	Apoio em diferentes áreas conforme necessidade (jardins, eventos, apoio logístico).

Apêndice K – Processo de Recrutamento e Habilitações Mínimas

Função	Habilitações mínimas	Processo de recrutamento
	Licenciatura em Turismo, Gestão ou áreas afins	Entrevista, análise de CV, prova de competências técnicas
Rececionista	Ensino Secundário / Formação em Turismo ou Hotelaria	Entrevista, teste de atendimento ao cliente
Housekeeping	Ensino Secundário	Entrevista, prova prática de limpeza e organização
Chefe de Cafeteria/Economato	Formação em Hotelaria / Restauração	Entrevista, prova prática e análise de CV
Empregado de Balcão	Ensino Secundário	Entrevista e prova prática de atendimento
Técnico de Manutenção	Formação técnica em manutenção, eletricidade ou mecânica	Entrevista, prova prática de manutenção
Operário Polivalente	Ensino Básico/ Secundário	Entrevista e avaliação de competências manuais

Apêndice L – Matriz de Gestão de Recursos Humanos

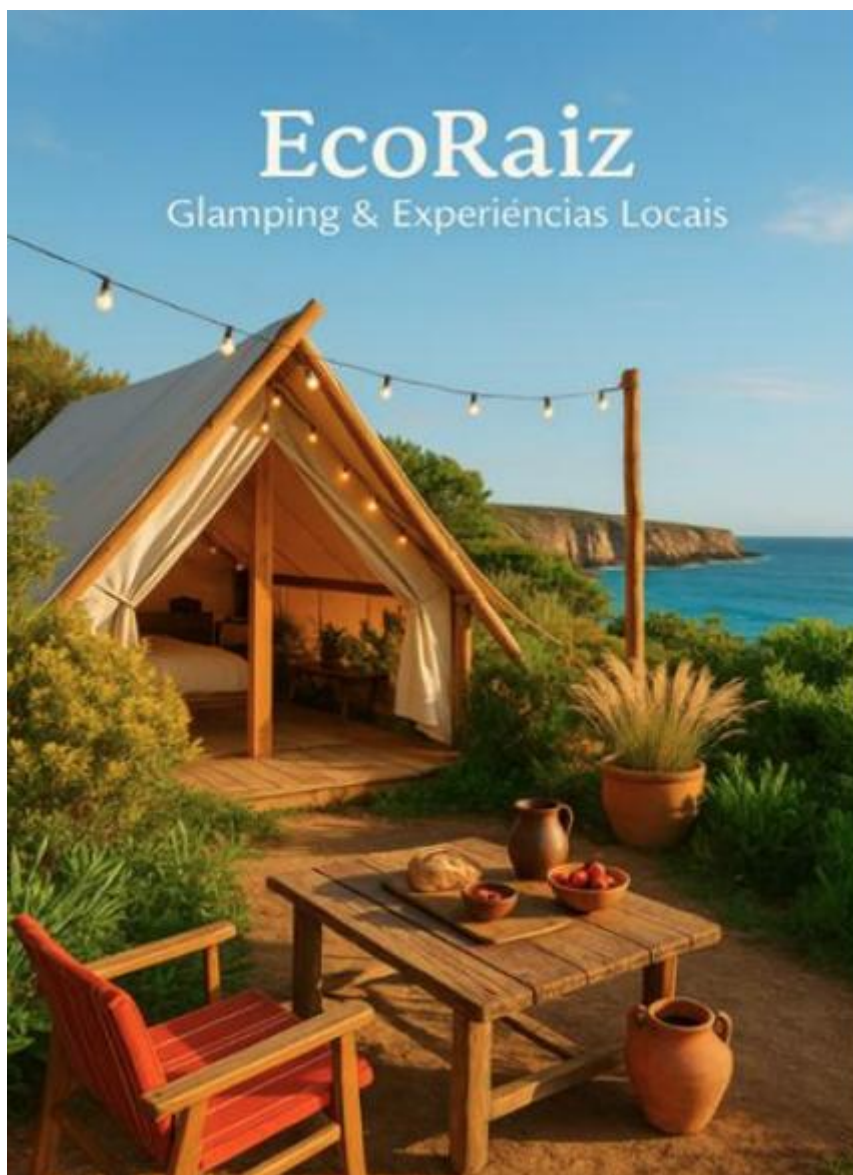
Função	Formação Inicial	Formação Contínua	Avaliação de Desempenho	Motivação e Incentivos
Gestor	Estratégia, liderança, sustentabilidade	Workshops de inovação e gestão sustentável	Semestral	Participação em decisões estratégicas
Rececionista	Atendimento ao cliente, sistemas de reservas	Storytelling, idiomas, atendimento personalizado	Trimestral	Reconhecimento público, prêmios de desempenho
Housekeeping	Limpeza e higiene	Sustentabilidade, técnicas ecológicas	Trimestral	Incentivos por eficiência e qualidade
Chefe de Cafeteria	Gestão de stock e cozinha	Sustentabilidade alimentar, técnicas culinárias	Semestral	Bónus por inovação e qualidade de serviço
Empregado de Balcão	Atendimento e vendas	Atendimento personalizado	Trimestral	Reconhecimento de desempenho e satisfação dos clientes
Técnico de Manutenção	Manutenção preventiva	Formação em equipamentos ecológicos	Semestral	Incentivos por resolução eficiente de problemas
Operário Polivalente	Funções gerais	Desenvolvimento de competências variadas	Trimestral	Reconhecimento pelo esforço e versatilidade

Apêndice M - Plano Semanal de Atividades

Dia da Semana	Manhã	Tarde	Final do Dia / Noite
Segunda-feira	08h00 – Ioga Matinal	14h00 – Workshop de Cerâmica	18h00 – Prova de Vinhos
	10h00 – Colheita Agrícola		
Terça-feira	08h00 – Ioga Matinal	14h00 – Passeio Interpretativo	17h00 – Cozinha ao Vivo
	10h00 – Colheita Agrícola		
Quarta-feira	08h00 – Ioga Matinal	14h00 – Workshop de Cerâmica	18h00 – Prova de Vinhos
	09h00 – Aula de Surf		
	10h00 – Colheita Agrícola		
Quinta-feira	08h00 – Ioga Matinal	14h00 – Passeio Interpretativo	17h00 – Cozinha ao Vivo
	10h00 – Colheita Agrícola		
Sexta-feira	08h00 – Ioga Matinal	14h00 – Workshop de Cerâmica	21h00 – Noite de Fado
	10h00 – Colheita Agrícola		
Sábado	08h00 – Ioga Matinal	14h00 – Passeio Interpretativo	18h00 – Prova de Vinhos
	10h00 – Colheita Agrícola		
Domingo	08h00 – Ioga Matinal	14h00 – Workshop de Cerâmica	17h00 – Cozinha ao Vivo
	09h00 – Aula de Surf		
	10h00 – Colheita Agrícola		
	(1º domingo: Limpeza de Praia)		

Apêndice N – Imagens ilustrativas do conceito EcoRaiz







Apêndice O – Quadro de síntese dos principais contributos teóricos da Revisão da Literatura

Autor(es)	Ano	Tema central	Principais contributos para o estudo
Cunha	2006	Turismo enquanto fenómeno social e cultural	Enquadra o turismo como atividade económica, social e cultural, valorizando o papel das experiências no enriquecimento pessoal do turista.
Weaver	2006	Turismo sustentável	Defende uma abordagem integrada do turismo sustentável, conciliando necessidades dos turistas, comunidades locais e proteção ambiental.
Medeiros de Araújo	2008	Turismo sustentável e stakeholders	Identifica princípios-chave da sustentabilidade: planeamento holístico, preservação ecológica, herança cultural e visão de longo prazo.
Pine & Gilmore	1999	Economia da experiência	Introduzem o conceito de economia da experiência, destacando a criação de memórias e envolvimento emocional como fonte de valor.
Schmitt	1999	Marketing experiencial	Define cinco dimensões da experiência (sensorial, afetiva, cognitiva, física e social), fundamentais para criar experiências holísticas.
Rebocho	2000	Experiência turística e intimidade	Identifica quatro tipos de intimidade (física, verbal, espiritual e intelectual), reforçando o potencial do glamping como experiência imersiva.
Dickinson & Lumsdon	2010	Slow tourism	Defendem um turismo de ritmo lento, centrado na qualidade da experiência, ligação ao território e envolvimento comunitário.
Brochado & Pereira	2017	Glamping	Analizam o glamping como oferta diferenciadora que combina natureza, conforto e qualidade de serviço.
Almeida et al.	2026	Alojamento e imagem do destino	Demonstram que o alojamento temático e cultural reforça a experiência turística e a imagem do destino.
Marlina et al.	2026	Geração Z e eco-experiential tourism	Introduzem o conceito de turismo eco-experiencial, destacando a valorização da natureza, sustentabilidade e significado pessoal pela Geração Z.
Perez-Aranda et al.	2026	eWOM e decisão de alojamento	Evidenciam a importância da reputação online e das avaliações digitais na decisão de alojamento da Geração Z.
Kotler et al.	2017	Marketing digital	Reforçam a importância da comunicação digital, storytelling e construção de relações significativas com os consumidores.