



**POLITÉCNICO  
DE LEIRIA**

ESCOLA SUPERIOR  
DE TURISMO E  
TECNOLOGIA DO MAR

## Entre as Brandas e as Inverneiras - Turismo com a Ecotura

Restruturação e Dinamização de uma empresa de Animação Turística no Parque  
Nacional da Peneda Gerês

**Mariana Gonçalves Moedas Perestrelo de Alarcão**

[Julho/2021]



## Entre as Brandas e as Inverneiras - Turismo com a Ecotura

Reestruturação e Dinamização de uma empresa de Animação Turística no Parque  
Nacional da Peneda Gerês

**Mariana Gonçalves Moedas Perestrelo de Alarcão**

Trabalho de Projeto para obtenção do Grau de Mestre em Turismo e Ambiente

Trabalho de Projeto de Mestrado realizado sob a orientação da  
Professora Doutora Marta Caetano

[Julho/2021]

## Entre as Brandas e as Inverneiras - Turismo com a Ecotura

Reestruturação e Dinamização de uma empresa de Animação Turística no Parque  
Nacional da Peneda Gerês

Copyright © Mariana Gonçalves Moedas Perestrelo de Alarcão / Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar e Instituto Politécnico de Leiria.

A Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar e o Instituto Politécnico de Leiria têm o direito, perpétuo e sem limites geográficos, de arquivar e publicar esta dissertação através de exemplares impressos reproduzidos em papel ou de forma digital, ou por qualquer outro meio conhecido ou que venha a ser inventado, e de a divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição com objetivos educacionais ou de investigação, não comerciais, desde que seja dado crédito ao autor e editor.

## Agradecimentos

Primeiramente gostava de dedicar um profundo obrigada à minha orientadora, professora Marta Caetano, por ter aceitado estar ao meu lado neste percurso, pela sua paciência, dedicação, honestidade, perseverança, por me ter ajudado a transformar uma simples ideia em algo tangível, mas principalmente obrigada pela sua exigência, foi definitivamente a chave para o sucesso.

Ao meu pai e à minha irmã, obrigada por acreditarem em mim e estarem sempre à distância de um telefonema, sem vocês teria sido complicado. Vocês são estupendos.

Aos meus amigos obrigados pela força, incentivo, paciência e carinho dado sempre que queria desistir.

## Resumo

O Turismo de Natureza é uma das áreas com maior e mais rápido crescimento e desenvolvimento, contribuindo para a indústria do turismo mundial.

O Turismo de Natureza engloba formas de lazer baseadas em experiências relacionadas com atrações naturais. Por outro lado, a palavra e a imagem, Natureza, é algo que cultural e socialmente assume um papel significativo no que diz respeito à motivação dos turistas para procurar destinos turísticos naturais.

Quando o turismo é gerido corretamente, pode desempenhar um papel muito relevante em relação à conservação do ambiente, uma vez que melhora a qualidade de vida das comunidades envolvidas, gera rendimentos que podem ser utilizados para melhorar e impulsionar os recursos existentes, bem como criar métodos para conservar as próprias áreas, valorizar os costumes e tradições e também criar emprego.

Com base nos factos acima mencionados, foi criado o projeto de Reabilitação e Dinamização da *Ecotura*, uma empresa de animação turística existente que disponibiliza pacotes de férias em pleno Parque Nacional da Peneda Gerês. O projeto consiste numa melhoria da empresa, tanto em termos de expansão do leque de atividades turísticas oferecidas como na reabilitação das casas de campo. Desta forma é possível tornar a empresa mais atrativa e dinâmica, oferecendo ao turista uma experiência memorável ao mesmo tempo que se promove a comunidade e o património local.

O projeto foi elaborado de acordo com uma investigação qualitativa e descritiva baseada numa ampla revisão bibliográfica com vários conceitos relacionados com o Turismo de Natureza e Animação Turística. Foram também realizados entrevistas e questionários. Esta investigação permitiu o desenvolvimento de um documento com várias propostas de otimização e dinamização que podem ser usadas pela empresa como forma de melhoria.

**Palavras-Chave:** Turismo de Natureza; Turismo em Áreas Protegidas; Turismo Rural; Turismo Criativo, Animação Turística.

## Abstract

Nature Tourism is one of the areas with the greatest and fastest growth and development, contributing to the world tourism industry.

Nature tourism encompasses forms of leisure based on experiences related to natural attractions. On the other hand, the word and image, Nature, is something that culturally and socially takes on a significant role regarding motivating tourists to look for natural tourist destinations.

When tourism is responsibly managed it can play an important role in relation to the conservation of the environment, since it improves the quality of life of the communities involved, it generates income that can be used to improve and dynamize the existing resources as well as create methods to conserve the areas themselves, valuing customs and creating jobs.

Based on the facts mentioned above, the Ecotura Rehabilitation and Dynamization project was created, an existing tourist entertainment company that offers holiday packages in the heart of the Peneda Gerês National Park. The project consists of improving the company both in terms of expanding the range of activities offered, rehabilitation of country houses, improving marketing and promotion and ultimately optimizing its internal organization. In this way it is possible to make the company more attractive and dynamic, offering the tourist a memorable experience while promoting the community and the local heritage.

The project was elaborated according to a qualitative and descriptive research based on a wide bibliographic review with several concepts added to Nature Tourism and Tourist Animation as well as interviews and questionnaires. This research allowed the elaboration of a document with several proposals for optimization and dynamization that could be used by the company as a way of improvement.

**Key words:** Nature Tourism; Tourism in Protected Areas; Rural Tourism; Creative Tourism, Tourist Entertainment.

## Lista de Figuras

Figura 1- Mapa do Parque Nacional da Peneda Gerês .....	36
Figura 2- Aldeia de Castro Laboreiro vista do Castelo.....	38
Figura 3- Sunset Ride .....	39
Figura 4- Localização da Ecotura .....	41
Figura 5- Localização da Aldeia de João Alvo .....	42
Figura 6- Aldeia de João Alvo.....	43
Figura 7- Passeios Equestres.....	49
Figura 8- Maneio dos cavalos com crianças.....	53
Figura 9- Atividades de Yoga .....	55
Figura 10- As casas da Aldeia de João Alvo .....	58

## Lista de Tabelas

Tabela 1- Vantagens e Oportunidades do Turismo em Áreas Protegidas .....	12
Tabela 2- Análise SWOT da Ecotura.....	44
Tabela 3- Programa "Ridding Holidays" .....	51
Tabela 4- Programa "Farm Holidays" .....	54
Tabela 5- Programa "Yoga Holidays for Ridders" .....	57
Tabela 6- Orçamento para a reestruturação das casas.....	59



## Lista de Abreviaturas, Acrónimos e Siglas

**ICNF** - Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas

**AT** - Animação Turística

**TER** - Turismo em Espaço Rural

**ONU** - Organização das Nações Unidas

**PNPG** - Parque Nacional da Peneda Gerês

**OMT** - Organização Mundial do Turismo

**TN** - Turismo de Natureza

**TE** - Turismo Equestre

**AP** - Áreas Protegidas

**TURIHAB** - Associação do Turismo de Habitação

**DGADR** - Direção-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural

**PIB** - Produto Interno Bruto

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

**OMTE** - Organização Mundial do Turismo Equestre

**TS** - Turismo Sustentável

**EA** - Educação Ambiental

**DGE** - Direção-Geral da Educação

**FDC** - Federação de Desenvolvimento Cultural

## Índice

<b>Agradecimentos</b>	<b>iii</b>
<b>Resumo</b>	<b>iv</b>
<b>Abstract</b>	<b>v</b>
<b>Lista de Figuras</b>	<b>vi</b>
<b>Lista de Tabelas</b>	<b>vi</b>
<b>Lista de Abreviaturas, Acrónimos e Siglas</b>	<b>viii</b>
<b>Capítulo I - Introdução</b>	<b>1</b>
1- Contextualização	2
2- Objetivo	2
3- Ideia	2
4- Método	3
5- Estrutura	4
<b>Capítulo II - Revisão Literária</b>	<b>5</b>
1- Turismo de Natureza	5
1.1.-Educação Ambiental	6
1.2.-A importância do jogo	8
1.3- Turismo Sustentável	9
1.4- Turismo em Áreas Protegidas	10
2- Turismo Rural	13
3- Turismo Criativo	15
3.1-Turismo Criativo e Património Etnográfico	17
4- Turismo de Saúde e Bem-estar	18
5- Desporto de Natureza	20
6- Turismo Equestre	21
7- Yoga com cavalos	23
8- Animação	25
8.1-Animação Turística	27
9- Metodologia	30
9.1- Estudo de caso	30
9.2- Recolha De dados	31
9.3- Modelo de Negócio	33
<b>Capítulo III - Estudo de caso Ecotura</b>	<b>35</b>
1- Caracterização geográfica	35
1.1- Parque Nacional da Peneda (PNPG)	35
1.2- Vila de Castro Laboreiro	37
2 - A empresa	39
2.1-A aldeia de João Alvo	41

2.3- Análise Swot da Ecotura _____	43
2.2- O cliente Ecotura _____	45
<b>3- Dinamizar e Reabilitar a Ecotura _____</b>	<b>46</b>
<b>3.1-Propostas _____</b>	<b>47</b>
Proposta 1- Ampliação do leque de Atividades _____	47
Proposta 1.1 - Melhoria do Programa “Ridding Holidays” _____	48
Proposta 1.2- Programa “Farm Holidays” _____	51
Proposta 1.3- Programa de “Yoga Holidays for Ridders” _____	54
Proposta 2- Reestruturação das Casas de Campo de João Alvo _____	57
<b>4-Modelo de Negócio _____</b>	<b>60</b>
4.1- Segmento do cliente _____	60
4.3- Canais _____	61
4.4- Relacionamento com o cliente _____	61
4.5- Fontes de Valor _____	62
4.6- Recursos chave _____	62
4.8- Parcerias Chave _____	63
4.9- Estrutura de Custos _____	64
<b>Capítulo IV - Considerações Finais _____</b>	<b>65</b>
<b>1- Análise de Resultados _____</b>	<b>65</b>
1.1. Entrevista à Ecotura _____	65
1.2. Questionários aos Operadores _____	66
<b>2- No Planalto do Laboreiro: Turismo e Educação Ambiental _____</b>	<b>68</b>
<b>3- Entre a Serra e o Rio, com o Garrano e o Lusitano - Desporto e Bem-Estar _____</b>	<b>70</b>
<b>4- Na Inverneira Dejanalvre- Turismo com a comunidade Castrense _____</b>	<b>71</b>
<b>5- Limitações do estudo _____</b>	<b>76</b>
<b>Conclusão _____</b>	<b>77</b>
<b>Bibliografia _____</b>	<b>79</b>
<b>Anexos _____</b>	<b>90</b>
<b>Anexo 1: Entrevista à Ecotura _____</b>	<b>90</b>
<b>Anexo 2- Ficha de atividade- Seleção do cavalo ideal _____</b>	<b>94</b>
<b>Anexo 3- Ficha de atividade- Passeio teste _____</b>	<b>95</b>
<b>Anexo 4- Ficha de atividade-Limpeza e preparação dos cavalos _____</b>	<b>95</b>
<b>Anexo 5- Ficha de atividade- Manutenção/Colocação dos cavalos no campo _____</b>	<b>95</b>
<b>Anexo 6- Ficha de atividade- Passeio de dia inteiro “ Passeio de dia inteiro à Necrópole Megalítica do Planalto de Castro Laboreiro” _____</b>	<b>96</b>
<b>Anexo 7-Ficha de atividade- Passeio de dia inteiro “ Veigas de Castro Laboreiro” _____</b>	<b>96</b>
<b>Anexo 8-Ficha de atividade- Passeio de dia inteiro “Vale dos Lobos” _____</b>	<b>96</b>
<b>Anexo 9-Ficha de atividade- Passeio de meio dia “Passeios das Barrosãs” _____</b>	<b>97</b>
<b>Anexo 10-Ficha de atividade- Passeio de meio dia “Aldeia do Rodeiro” _____</b>	<b>97</b>

<b>Anexo 11-Ficha de atividade- Passeio de meio dia “Sunset Ridding”</b>	<b>97</b>
<b>Anexo 12-Ficha de atividade- Visita ao Centro de Interpretação do PNPG, em Lamas de Mouro</b>	<b>98</b>
<b>Anexo 13-Ficha de atividade- Visita a um fumeiro tradicional “Fumeiro delícias do planalto”</b>	<b>98</b>
<b>Anexo 14-Ficha de atividade- Visita à vila de Melgaço”</b>	<b>99</b>
<b>Anexo 15-Ficha de atividade-Visita ao Solar do Alvarinho</b>	<b>99</b>
<b>Anexo 16- Ficha de atividade- Visita ao Castelo de Castro Laboreiro com o pastor local/ Pic-nic com um local</b>	<b>99</b>
<b>Anexo 17- Ficha de atividade- Jantar com a comunidade</b>	<b>100</b>
<b>Anexo 18- Ficha de atividade- Banhos de água quente em termas romanas</b>	<b>100</b>
<b>Anexo 19-Ficha de atividade- Maneio dos cavalos</b>	<b>100</b>
<b>Anexo 20- Ficha de atividade-Manutenção das hortas ecológicas/plantação de hortícolas</b>	<b>101</b>
<b>Anexo 21-Ficha de atividade-Batismo Equestre</b>	<b>101</b>
<b>Anexo 22-Ficha de atividade- Atelier de Cozinha</b>	<b>102</b>
<b>Anexo 23- Ficha de atividade- Broa Castreja</b>	<b>102</b>
<b>Anexo 24- Ficha de atividade- Bucho Doce</b>	<b>103</b>
<b>Anexo 25- Ficha de atividade-Passeio ao castelo com o Tio Américo</b>	<b>103</b>
<b>Anexo 26- Ficha de atividade-Noite de lendas e histórias</b>	<b>104</b>
<b>Anexo 27- Ficha de atividade- Jogos de equipa</b>	
<b>Anexo 28- Ficha de atividade-Jogos de quebra-gelo</b>	<b>105</b>
<b>Anexo 29- Ficha de atividade-Jogos noturnos</b>	<b>106</b>
<b>Anexo 30-Ficha de atividade- Canyoning</b>	<b>106</b>
<b>Anexo 31- Ficha de atividade- Escalada em parede natural</b>	<b>107</b>
<b>Anexo 32-Ficha de atividade- Passeio pedestre com foto safári</b>	<b>107</b>
<b>Anexo 33-Ficha de atividade-Tiro ao arco</b>	<b>108</b>
<b>Anexo 34- Ficha de atividade- Ida ao rio</b>	<b>108</b>
<b>Anexo 35- Ficha de atividade- Stand-up Paddle/Canoagem</b>	<b>109</b>
<b>Anexo 36-Ficha de atividade- Pranayamas e Meditação</b>	<b>110</b>
<b>Anexo 37-Ficha de atividade- Yoga de recuperação</b>	<b>110</b>
<b>Anexo 38-Ficha de atividade- Yoga para melhorar a postura</b>	<b>111</b>
<b>Anexo 39- Ficha de atividade- Aula de yoga</b>	<b>111</b>
<b>Anexo 40- Ficha de atividade- Yoga com cavalos</b>	<b>112</b>
<b>Anexo 41-Ficha de atividade- Passeio pedestre com meditação</b>	<b>112</b>
<b>Anexo 42-Ficha de atividade- Visita à adega “Quinta de Soalheiro”</b>	<b>113</b>

<b>Anexo 43- Exemplo do certificado do rotulo ecológico “ A flor”.</b>	<b>113</b>
<b>Anexo 44- Feedback dos Clientes fornecido pelo Operador “In the Saddle”</b>	<b>114</b>
<b>Anexo 45 – Proposta de Valor dos Pacotes de Férias</b>	<b>121</b>
<b>Anexo 46- Recursos Físicos e Financeiros</b>	<b>122</b>
<b>Anexo 47- Custos Fixos e Variáveis</b>	<b>123</b>
<b>Anexo 48- Modelo Canvas “Ecotura”</b>	<b>124</b>
<b>Anexo 49- Contactos Operadores</b>	<b>125</b>
<b>Anexo 50- Email enviado ao Operadores</b>	<b>126</b>
<b>Anexo 51: Questionário feito ao Operadores</b>	<b>127</b>
<b>Anexo 52-Respostas dos Questionários.</b>	<b>129</b>

## Capítulo I - Introdução

O turismo é considerado um dos maiores sectores económicos do mundo, representando grande parte do PIB e do emprego a nível mundial. É uma atividade económica crescente que estimula o investimento e a inovação, promove a criação de infraestruturas, preserva o ambiente, apoia e incentiva o desenvolvimento regional, atendendo às necessidades dos cidadãos e dos turistas.

No entanto, o turismo precisa de explorar recursos naturais, culturais, ambientais e humanos, o que pode provocar enormes alterações no local onde se desenvolve, representando assim uma ameaça para o bem-estar da sociedade, mas também para o património natural e cultural de que depende.

Devido à consciencialização, à evolução das políticas, à legislação, ao aumento dos requisitos de qualidade ambiental e à necessidade de procura e contacto com a natureza por parte dos turistas, é possível promover novas formas de turismo, onde a sustentabilidade é o fator fundamental. O turismo de natureza surge com o objetivo de conservação da natureza e da biodiversidade e também de promoção de benefícios para a comunidade local.

Os espaços naturais integram um potencial de desenvolvimento para a prática das atividades de Turismo de Natureza devido ao valor natural, paisagístico e cultural. Portugal é um destino por excelência para a prática de Turismo de Natureza pois dispõe de um rico património natural.

Aproveitando a animação turística é possível promover espaços naturais, bem como todo o seu potencial. Unificando o Turismo e Animação Turística podemos realizar várias atividades que promovam a experiência turística através dos fatores que potenciam a experiência, reforçando o contacto entre os locais e a comunidade. Estas modalidades promovem o desenvolvimento do destino, bem como a sua comunidade.

Atualmente o turista procura espaços naturais para realizar as suas férias, optando por algo que lhe permita desenvolver-se intelectualmente, conhecer novas realidades e culturas, fugir à rotina do dia-a-dia e relaxar. O turista escolhe destinos com Turismo de Natureza que são caracterizados pela sua singularidade, autenticidade, atmosfera espiritual e holística e lugares de aventura.

Com base nisto surgiu a ideia do projeto de Reabilitação e Dinamização da Ecotura.

## 1- Contextualização

O projeto desenvolveu-se no âmbito do término do mestrado. A ideia surgiu quando a mestranda observou que a empresa Ecotura, apesar de ser uma empresa com sucesso, demonstrava problemas de organização, marketing e oferta ao presenciar o dia-a-dia da empresa e ao falar com os proprietários da mesma.

Desta forma pretende-se analisar as fragilidades e problemas que a empresa demonstra, desenvolvendo ideias e projetos, que permitem à empresa crescer, ampliar a oferta aumentando o leque de atividades e empregar mais pessoas, aperfeiçoando a experiência tanto para a empresa como para o turista.

## 2- Objetivo

O projeto visa reabilitar e dinamizar a Ecotura, através do desenvolvimento de um programa de animação turística mais abrangente, que pretende não só alargar o leque de atividades, mas também reabilitar as casas de campo.

## 3- Ideia

Esta ideia surgiu devido à Ecotura estar a crescer, mas a lidar com muitos problemas que não lhe permite um desenvolvimento estável e sustentável, sendo necessário transformar as fraquezas em pontos fortes, de forma a alcançar o equilíbrio e a sustentabilidade.

Através do desenvolvimento de propostas que revitalizam e dinamizam a empresa, é possível promover o sucesso da Ecotura e o crescimento equilibrado.

## 4- Método

Para o desenvolvimento deste projeto, foi elaborada uma revisão literária com dois âmbitos contextuais e instrumentais, tendo posteriormente sido elaborado um projeto com várias propostas e estratégias.

O projeto visa criar propostas que possam melhorar e otimizar a empresa de animação turística Ecotura. Para implementar estas propostas, utilizou-se uma abordagem qualitativa.

No que diz respeito às técnicas de recolha de dados, foi utilizado e preparado um guião de entrevista, com questões objetivas, de forma a recolher os dados concretos e necessários, como se pode ver no anexo 1.

Foram realizadas presencialmente duas entrevistas com os proprietários da Ecotura, Anabela Moedas e Pedro Alarcão, uma em dezembro de 2020 e outra em Junho de 2021.

A entrevista é um método usado para recolher informações baseadas em conversas orais em que os entrevistados são selecionados de acordo com os objetivos de recolha (Kettle, 1993). A principal função é analisar conceitos e compreender o significado do fenómeno, sendo usado como o principal instrumento de medição (Flick, 2005).

Foram também realizados questionários aos oito operadores turísticos que trabalham com a empresa, como se pode observar no anexo 51. Para estes contactos, foi preparado um e-mail base, enviado com o questionário, como se pode ver no anexo 50.

O objetivo deste questionário era abordar aqueles que melhor conhecem o mercado-alvo da empresa e recolher informações cruciais para poder definir o cliente da Ecotura e também avaliar a viabilidade das propostas para alargar o leque de atividades.

O questionário é uma técnica de recolha de dados muito elaborada, na qual o objetivo é obter informações específicas de que o investigador necessita de uma forma que o inquirido possa responder (Flick, 2005).

De acordo com Flick (2005) as perguntas abertas e fechadas são usadas com o objetivo de, por um lado, o entrevistado poder expressar livremente a sua opinião, mas, por outro lado, que este se exteriorize relativamente a um determinado tema e subtema.

## 5- Estrutura

Este projeto está dividido em quatro capítulos de acordo com a ordem de trabalho.

O primeiro capítulo engloba a contextualização do projeto, qual é o objetivo do projeto, a metodologia utilizada e a estrutura global da tese.

O segundo capítulo baseia-se na revisão literária que abrange todos os conceitos utilizados para escrever e basear o projeto em questão, como o Turismo de Natureza; Turismo Sustentável; Turismo em Áreas Protegidas; Turismo de Saúde e Bem-Estar e o conceito de Animação Turística. Toda esta pesquisa foi necessária para aprofundar o conhecimento e, assim, aplicá-lo corretamente. Ao longo da investigação, foram acrescentados e mencionados conceitos que não foram inseridos no início, mas foram considerados importantes e necessários para melhorar e enriquecer o projeto. Também no mesmo capítulo foi descrita a metodologia, o estudo de caso, a recolha de dados e, finalmente, o modelo de negócio.

O terceiro capítulo inclui a apresentação e caracterização do estudo de caso da Ecotura, análise Swot e uma breve análise do cliente. Depois são apresentadas quatro propostas para a dinamização da Ecotura, com a devida explicação e justificação da sua implementação. Ainda no mesmo capítulo é apresentado e explicado o modelo de negócio utilizado.

O quarto e último capítulo são as considerações finais, com a análise dos resultados das entrevistas com proprietários e questionários aos operadores, a relação entre o turismo ambiental e as propostas apresentadas e, finalmente, o que este projeto oferece para melhorar a experiência turística.

## Capítulo II - Revisão Literária

### 1- Turismo de Natureza

O Turismo de Natureza (TN) é um produto turístico assente no contacto com o meio ambiente que desenvolve atividades em locais inseridos na Rede Nacional de Áreas Protegidas ou em áreas com valores naturais. É um segmento de turismo de grande importância, atrativo e dinâmico, que permite conhecer o património natural, paisagens e tradições (ICNF, 2018).

A fauna, a flora e o património cultural são as principais atrações no desenvolvimento do Turismo de Natureza, que é sempre dinamizado em florestas, serras ou parques naturais ou nacionais. As atividades desenvolvidas incluem caminhadas, canyoning, BTT, equitação e observação de aves, estas podem ser feitas individualmente ou em grupos. Ao promover as atividades de TN é possível minimizar os efeitos negativos do turismo tradicional no ambiente (OMT, 2002).

De acordo com a Organização Mundial do Turismo (2002), o Turismo de Natureza é um sector que ao longo dos anos tem tido um elevado nível de procura, tanto a nível nacional como internacional. O TN oferece várias características e objetivos que promovem vantagens tanto para a economia como para a natureza. Facilita a utilização pública de sítios naturais, tendo sempre em conta que a atividade recreativa desenvolvida deve estar em consenso com a conservação dos bens naturais e culturais dos sítios, bem como com o conhecimento dos recursos locais. A satisfação dos turistas aumenta se houver transmissão de conhecimentos e valorização do ambiente, favorecendo impactos positivos na conservação e proteção da natureza (Vázquez, 1998).

A procura pelo Turismo de Natureza tem aumentado nos últimos anos, os valores naturais e culturais dos destinos tornam-se cada vez mais atrativos, sendo mais apelativos para o turista atual, mais atento e rigoroso (Mckerher, 2002).

Na promoção da região e da sua oferta turística, o Turismo de Natureza desempenha um papel muito importante na melhoria e evolução do desenvolvimento económico das zonas rurais, tal como no incentivo ao turismo ecológico e sustentável. Permite que as comunidades locais participem em atividades económicas, bem como em processos de tomada de decisão. Desta forma, é possível proporcionar benefícios económicos, gerar empregos, rendimentos significativos e oferecer experiências culturais entre comunidades e turistas. Devido a estes

benefícios, as comunidades veem o TN de forma diferente e começam a apoiar a conservação e a proteção ambiental (Bhuiyan et al, 2015).

A natureza é uma atração turística fundamental. As atividades recreativas existentes oferecem um instrumento de diversificação social e económica para regiões ricas em recursos naturais onde as indústrias extrativas (silvicultura; pesca; agricultura e mineração) se encontram em declínio (Fossgard e Fredman, 2019).

De acordo com a OMT (2002), o Turismo de Natureza está associado a outros tipos de turismo como o Turismo Sustentável, o Turismo em Áreas Protegidas, o Turismo de Montanha, o Turismo Ativo, o Turismo Rural e o Turismo de Aventura.

Os jovens são o futuro da sociedade atual e para que possam tirar partido da natureza como as gerações passadas e atuais, é necessário tomar e adotar novas medidas e procedimentos, onde a ação individual e grupal é essencial para essa conscientização podemos recorrer à Educação Ambiental.

### 1.1. Educação Ambiental

A definição de Educação Ambiental (EA) surgiu em 1965, na Conferência sobre Educação da Universidade de Keele, com o objetivo de proporcionar formação relacionada com problemas ambientais. A Educação Ambiental tem como função sensibilizar a sociedade para os problemas ambientais existentes, bem como definir orientações para os combater, através da conservação de reservas naturais e práticas antipoluentes (Ferreira, 2019).

É uma vertente da educação direcionada a questões que envolvem a interação entre o Homem e o ambiente e visa desenvolver uma consciência crítica sobre os problemas ambientais. Pretende também estimular a sociedade de forma a desenvolver um caráter mais complexo e realista, considerando assim o ambiente como um todo, fomentando a percepção de que os problemas ambientais não devem ser encarados com neutralidade, mas sim resolvidos, através da mudança da relação entre a sociedade e a natureza (Ferreira, 2019).

Esta formação e sensibilização devem ser abordadas durante a infância e a adolescência, durante a sua educação, de forma a preparar e educar a nova geração para viver na sociedade e proteger o ambiente (Ferreira, 2019).

A fase de aprendizagem infantil é muito importante e a educação para a conservação tem uma forte influência à medida que os alunos se comprometem a preservar o ambiente. Para

que esta dinâmica seja implementada com sucesso é necessário implementar um programa educativo como a Educação Ambiental (Caro, 2003).

Em Portugal já é preconizado pelos programas ministeriais: o referencial de educação ambiental para a Sustentabilidade está inserido no conjunto de referências preparadas pela Direção-Geral da Educação na área da Educação para a Cidadania (DGE, 2018).

De acordo com Direção-Geral da Educação, o referencial é de natureza flexível, pode ser utilizado em vários contextos, no todo ou em parte, através do desenvolvimento de projetos e iniciativas que visem contribuir para a formação pessoal e social dos jovens. Pretende-se que os jovens aprendam a usar o conhecimento para interpretar e avaliar a realidade envolvente, formular e debater argumentos, apoiar posições e opções. Estas competências são fundamentais para a participação ativa na tomada de decisões baseadas numa sociedade democrática (DGE, 2018).

Existem várias vantagens em incluir a Educação Ambiental na educação na infância, tais como: Sensibilização ambiental; Informar e garantir que as crianças estão familiarizadas com a conservação ambiental; Divulgar informação sobre ecologia; Ajudar as crianças a compreender os efeitos das atividades humanas nas espécies, comunidades e ecossistemas; Desenvolver abordagens interdisciplinares práticas para proteger e restaurar a biodiversidade, melhorar a conservação e a utilização sustentável dos ecossistemas e, finalmente, envolver as crianças com questões ambientais nas suas comunidades (Bhuiyan et al, 2010).

Segundo Bhuiyan et al (2010), a sustentabilidade dos esforços de conservação e diversidade depende da consciencialização da sociedade, se várias pessoas enfatizarem para alcançar a consciência ecológica da natureza, as crianças beneficiarão dela. É também muito importante que a comunidade local seja inserida, influenciando as crianças a recolher informação e a criar consciência para a conservação da natureza (Bhuiyan et al, 2010).

Ao promover a Educação Ambiental é possível alterar as mudanças de valores no que diz respeito ao cuidado do meio ambiente: a aprendizagem e o cuidado com a natureza é algo progressivo, em que o ser humano entende que o uso indevido dos recursos naturais pode afetar a sua qualidade de vida, bem como a do resto do mundo, que o cuidado do meio ambiente não é exclusivamente da responsabilidade das agências governamentais. É também muito importante que os cidadãos tenham a oportunidade de participar ativamente nos procedimentos decisivos para o controlo dos intervenientes responsáveis pela degradação ambiental (Bortolon, 2014).

Ao combinar os objetivos da Educação Ambiental com as potencialidades dos jogos, acredita-se que, com jogos auxiliados por uma metodologia e conteúdo específicos de acordo com os objetivos da Educação Ambiental, é possível trazer contribuições significativas para os jovens.

## 1.2.- A importância do jogo

A palavra "jogo" tem origem na *palavra latina ludus*, é uma atividade que oferece às crianças material conveniente à sua aprendizagem. É um recurso de extremo interesse para os educadores, uma vez que a sua importância está diretamente ligada ao desenvolvimento do ser humano numa perspectiva social, criativa, afetiva, histórica e cultural (Alves, 2010).

De acordo com Tezani (2006), os profissionais da educação reconhecem a importância do jogo como veículo para o desenvolvimento social, emocional e intelectual dos jovens. Através do jogo é possível estimular o crescimento e o desenvolvimento, a coordenação muscular, as faculdades intelectuais, a iniciativa individual e favorece o progresso da fala. Por outro lado, encoraja o indivíduo a observar e conhecer as pessoas e a envolvimento do ambiente em que vive.

É de notar que através do jogo a criança experimenta, inventa, descobre, aprende e desenvolve habilidades. Desta forma, a inteligência e sensibilidade da criança estão a ser desenvolvidas. A qualidade das oportunidades que são oferecidas às crianças através do jogo garante que o seu potencial seja harmonizado. Pode dizer-se que o jogo é importante não só porque incentiva a imaginação das crianças, mas também para ajudar no desenvolvimento de competências sociais e cognitivas (Alves, 2010).

Através do jogo, a criança pode brincar naturalmente, testar hipóteses, explorar toda a sua espontaneidade criativa. O jogo é essencial para que a criança demonstre a sua criatividade, usando o potencial de forma integral. Sendo criativo, a criança descobre o próprio "eu" (Tezani, 2006).

Existem vários tipos de jogos, como jogos motores, jogos intelectuais, jogos competitivos, jogos de cooperação e jogos dramáticos que diferem de outros jogos envolvendo representação dramática, personagens e sentimentos. Jogar significa alegria, diversão, entusiasmo, confiança, aprendizagem e desenvolvimento (Tezani, 2006).

De acordo com Tezani (2006), a ação durante o movimento do jogo causa espontaneidade, levando a criança a transcender-se. Através da experiência do jogo, surge um indivíduo ativo

e participativo, com confiança para desenvolver as competências necessárias para comunicar com os outros.

Segundo Alves (2010) o jogo favorece a concentração, a atenção, o envolvimento e a imaginação e, como consequência, a criança torna-se mais calma, relaxada e aprende a pensar, estimulando a sua inteligência. Ao brincar, a criança terá a oportunidade de desenvolver competências indispensáveis à sua futura formação e desempenho profissional, tais como: atenção, afetividade, concentração e outras capacidades de percepção psicomotora.

Acima de tudo, é importante salientar-se que o Jogo “permite conocer y conocernos mejor, es socializador, creativo, ayuda a crecer, facilita que nos apreciemos a nosotros mismos, a querernos más, genera confianza u cooperación entre las personas, mejora nuestra capacidad de comunicarnos y de resolver conflictos, nos enseña a escuchar, nos ayuda a superar nuestras frustraciones...” (Ventosa, 1998, p 410).

O jogo pode ser definido como uma forma universal de interação entre o indivíduo e o ambiente social e físico (Singh, 2007), um instrumento de entretenimento e uma forma de aprendizagem (Ventosa, 1998). Promove a compreensão do ambiente social e do mundo físico, enquanto oferece diversão aos participantes. A diversão é uma forma universal de atividade física e mental que promove felicidade. Por outras palavras, não há regras ou leis para alcançar a felicidade, mas a sociedade desenvolve comportamentos terapêuticos individuais e coletivos que podem levar à felicidade (Singh, 2007).

A sociedade tem dado cada vez mais importância à sustentabilidade da atividade turística, o que se reflete na implementação de vários programas de turismo que cumprem os parâmetros ambientais sociais e económicos, permitindo o desenvolvimento de um turismo sustentável.

### 1.3- Turismo Sustentável

De acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT) o Turismo Sustentável (TS) é definido como um turismo que tem em conta os seus impactos económicos, sociais e ambientais atuais e futuros, bem como as necessidades dos visitantes, da indústria, do ambiente e das comunidades locais (OMT, 2012b). É um importante instrumento para o desenvolvimento sustentável, uma vez que contribui para o aumento dos rendimentos, oportunidades de emprego e para a proteção dos ecossistemas locais (Muhanna, 2006). O TS utiliza os recursos de uma área e tenta criar um equilíbrio entre as atividades potenciais e existentes. A equidade, a justiça, a redução da pobreza e a capacitação da comunidade local estão também relacionadas com a sustentabilidade (Bhuiyan et al, 2015).

Para desenvolver um turismo sustentável, deve haver uma utilização e gestão adequadas dos recursos para alcançar necessidades económicas, sociais e culturais, preservando simultaneamente a integridade social e cultural, os processos ecológicos, bem como a biodiversidade ecológica das gerações presentes e futuras (Muhanna, 2006).

O turismo com a sua capacidade de gerar rendimento é capaz de potenciar o ambiente, financiar e preservar o património cultural do destino, por outro lado o mau planeamento turístico pode destruir a vegetação, criar sobrelotação, poluir praias e ignorar o interesse dos habitantes locais. Foram introduzidas abordagens para maximizar a consideração do turismo pela natureza, a fim de manter a popularidade como destino turístico atraente e que incluem ecoturismo, turismo de natureza e desenvolvimento sustentável (Muhanna, 2006).

Atualmente, as empresas devem fazer do ambiente uma prioridade, uma vez que o turismo é a maior indústria do mundo e o ambiente está a ocupar o centro de desenvolvimento turístico. O turismo não é apenas uma poderosa força económica, é também um fator que pode ser marcante no ambiente físico. Qualquer desenvolvimento industrial traz impactos no ambiente natural onde ocorre, no entanto, o turismo sustentável pode ser positivo para a preservação das áreas naturais (Muhanna, 2006).

De acordo com Muhanna (2006) em vários projetos turísticos sustentáveis, a conservação do ambiente natural e cultural é uma importante motivação para o início do projeto. Muitos destes projetos ajudam a dissuadir as comunidades locais do uso ilegal e excessivo dos recursos naturais, e podem ser elementos impulsionadores na integração de áreas naturais protegidas, em planos e programas de desenvolvimento regional e local. O turismo pode e deve contribuir positivamente para a preservação ambiental.

A sustentabilidade visa assegurar a diversidade e multifuncionalidade das atividades, respeitando a biodiversidade do território, bem como o uso múltiplo do espaço. Isto é essencial para cumprir os objetivos de sustentabilidade em si, mas também para a eficiência económica, utilizando os recursos endógenos existentes da melhor forma possível. O turismo é uma atividade que engloba várias formas de sustentabilidade, devendo ser assumido como uma possibilidade de aumento e diversidade de atividades em áreas protegidas (Batista, 2010).

#### 1.4- Turismo em Áreas Protegidas

As Áreas Protegidas (AP) são locais onde são aplicadas medidas restritivas do uso do solo, em que a função é proteger o património histórico, cultural ou natural presente no local, tais como a população de espécies selvagens, o habitat, paisagens naturais, o património cultural

e tradições de uma comunidade. As AP podem ser públicas ou privadas e surgiram com a criação dos Parques Nacionais mais especificamente com a origem de Yellowstone nos Estados Unidos: o objetivo inicial era que estes fossem aproveitados pelo público através do turismo e do lazer, contudo também se pretendia utilizá-los como instrumento para a conservação dos recursos naturais (Morsello, 2006).

A ecologia começou a ser utilizada pelas AP como um conceito coordenador para a criação de novos parques, no entanto muitos dos locais culturalmente e naturalmente interessantes encontram-se inseridos em áreas protegidas, desenvolvendo uma tendência natural para que os turistas desejem visitar estes locais. O turismo teve um forte crescimento em muitos parques, tornando-se um elemento culturalmente e economicamente relevante, fomentando a evolução das AP fortalecendo a importância local, regional e nacional (Eagles et al, 2002, p. 9).

De acordo com Eagles et al (2002) o turismo desenvolvido nas AP tem benefícios (desenvolvimento das oportunidades económicas, proteção do património natural e cultural e aumento da qualidade de vida) e custos (impactos negativos a nível ambiental e social), por vezes interligados, e compete às autoridades que lidam com o planeamento das AP maximizar os primeiros e minimizar os segundos. O planeamento e desenvolvimento do turismo utiliza o facto dos turistas compreenderem e respeitarem os valores pelas quais as áreas foram criadas para aumentar as oportunidades económicas, preservar o património cultural e melhorar a qualidade de vida de todos os envolvidos (Eagles et al, 2002 p.22).

As vantagens e oportunidades desenvolvidas pelo turismo em Áreas Protegidas podem ser económicas, de proteção natural e cultural bem como a melhoria da qualidade de vida da comunidade, como pode ser observado na tabela 1.

*Tabela 1-Vantagens e Oportunidades do Turismo em Áreas Protegidas*

<i>Oportunidades Económicas</i>	<i>Proteção do Património Natural e Cultural</i>	<i>Melhoria da Qualidade de vida</i>
Mais emprego para os residentes	Proteção dos processos ecológicos/ biodiversidade/ ecossistemas	Promoção de valores estéticos, espirituais e bem-estar
Aumento do rendimento	Proteção, conservação e valorização dos recursos culturais	Apoio á educação ambiental aos visitantes e residentes
Criação de novas empresas de turismo e dinamização/diversificação da economia local	Construção de valor económico para os recursos naturais e culturais	Criação de ambientes atrativos para os destinos/residentes/visitantes
Promoção dos produtos locais	Apoio á investigação e desenvolvimento de práticas ambientais	Melhoria da compreensão intercultural
Melhoria dos padrões de vida	Melhoria das instalações, meios de transporte e comunicações	Aumento do nível educativo da população local
Aumento do rendimento através dos impostos locais	Transmissão de valores de conservação através da educação	Encorajar os locais a conhecer as línguas e tradições dos turistas
Aumento do financiamento para áreas protegidas e para a comunidade local	Auxílio ao desenvolvimento de mecanismos de autofinanciamento para as atividades das A.P	Estimular a população local a valorizar a sua cultura e o seu ambiente

Fonte: Adaptado de Eagles et al, 2002, pág.22

Como referido anteriormente o turismo nas AP pode gerar efeitos negativos, que podem ser geridos e aliviados de forma a minimizar o impacto nas Áreas Protegidas. É o dever dos responsáveis comparar os efeitos negativos e positivos, determinar até que nível os efeitos negativos são toleráveis e desta forma recomendar medidas para os atenuar (Eagles et al, 2002, p31).

Os custos do turismo nas AP estão classificados em: financeiros e económicos, socioculturais e ambientais.

Os custos financeiros e económicos estão relacionados com o facto de o turismo desenvolver uma maior procura de bens, serviços e instalações para o alojamento e restauração bem como para outras atividades. O crescimento do número de visitantes aumenta também a procura de serviços essenciais como a polícia, bombeiros, serviços de segurança e cuidados de saúde. De acordo com Eagles et al (2002) este crescimento de procura aumenta os custos, elevando a carga fiscal para a comunidade residente.

Relativamente aos Custos Socioculturais, os turistas podem perturbar as atividades comunitárias, nomeadamente se existir um desenvolvimento turístico mal planeado em que as questões económicas são colocadas em primeiro lugar e as necessidades da comunidade

local são ignoradas, levando a um aumento do congestionamento, acumulação de lixo, vandalismo e crime (Eagles et al, 2002).

No que diz respeito aos Custos Ambientais, o turismo terá sempre um impacto ambiental, por mais reduzido que seja e por mais que os gestores das AP se esforcem para evitá-lo, isto porque cada vez que o turista visita as AP está a interagir com um território de natureza sensível. É fundamental que o impacto seja analisado e avaliado de forma precisa antes de determinar se é aceitável (Eagles et al, 2002).

De acordo com o estudo elaborado por Heagney et al (2019) os serviços recreativos oferecidos pelas áreas protegidas, podem ter um rendimento económico semelhante ou mais elevado se comparados a outros fatores a que são tradicionalmente atribuídos valores económicos, a valorização dos serviços recreativos das áreas protegidas é menos controversa do que a valorização de outros tipos de serviços de ecossistemas.

A sociedade concedeu um elevado nível de importância às AP por estas fornecerem uma vasta gama de serviços de ecossistemas à população humana, tais como a transformação do dióxido de carbono em oxigénio, a filtração das águas a proteção do património cultural e natural. Esta importância está evidenciada através de um compromisso internacional para desenvolver e manter as redes de áreas protegidas (Heagney et al, 2019).

De acordo com Eagles et al (2002) o impacto económico do turismo nas áreas protegidas será compreendido e a sua utilização acontecerá de forma equilibrada tanto a nível ecológico como a nível turístico.

Inseridas nas Áreas Protegidas podemos encontrar várias modalidades de serviços de alojamento de excelência, tais como: casas e empreendimentos turísticos em áreas rurais e casas de campo.

## 2- Turismo Rural

De acordo com a Organização Mundial do Turismo (2020), o Turismo Rural (TER) é uma atividade turística em que a experiência do visitante está relacionada com uma vasta gama de produtos, geralmente ligados a atividades baseadas na natureza, agricultura, estilo de vida rural/cultural, pesca e turismo. As atividades de TER decorrem em áreas não urbanas com baixa densidade populacional, com paisagens e usos de terra dominados pela agricultura e silvicultura e com estruturas sociais e estilos de vida tradicionais.

O turismo rural tem um elevado potencial para estimular o crescimento económico local e as mudanças sociais devido à sua complementaridade com outras atividades económicas. Contribui também para o PIB, para a criação de emprego e para a luta contra a sazonalidade (OMT, 2020).

Os atuais problemas ambientais e a sustentabilidade ganharam destaque e ganharam dimensões significativas nas várias áreas de estudo, nomeadamente no Turismo Rural. O ambiente rural tem atraído uma quantidade crescente de população urbana, o que se deve ao facto de a sociedade viajar para escapar à rotina da vida quotidiana, encontrando descanso (Sanches e Schmidt, 2016).

O TER é uma atividade com um grande potencial e com capacidade para fazer mudanças económicas e melhorar a qualidade de vida das pessoas que vivem em áreas rurais. Este tipo de turismo também contribui para a estimulação de atividades produtivas rurais, como produtos agrícolas, vestuário, transporte e artesanato (Sanches e Schmidt, 2016).

Segundo Ribeiro (2003) este tipo de turismo visa aumentar a capacidade de alojamento em regiões e locais onde a existência de hotelaria é praticamente nula, reutilizando assim os quartos em casas particulares para alcançar esse fim, mais tarde é dada a possibilidade de prestação de serviços de interesse turístico nos setores da animação, artesanato, cultura, desporto e parque infantil turístico.

A zona rural foi distinguida como um espaço turístico que oferece um produto diferenciador e distinto de todos os outros já existentes no mercado turístico (Ribeiro, 2003).

De acordo com o Decreto-Lei n.º 169/97, as atividades de animação são inseridas como parte integrante do TR, com o objetivo de ocupar e entreter os turistas nos seus tempos livres. Ao promover as atividades de animação é possível divulgar as características, tradições e recursos da região, nomeadamente o património natural, cultural e paisagístico, gastronomia, caça, pesca, itinerários temáticos e transportes tradicionais.

De acordo com o Decreto-Lei n.º 169/97, o turismo rural inclui três modalidades: casas de campo, agroturismo e hotéis rurais.

As casas de campo são imóveis que estão localizados em aldeias e locais rurais e que se integram na arquitetura tradicional e característica da localização, podendo ser construídas de raiz tendo em conta a envolvência e as suas características. Quando existem 5 ou mais casas que estão localizadas na mesma aldeia ou estão sendo exploradas de forma integrada pode ser aplicado o nome de turismo de aldeia.

Os agroturismos são propriedades imóveis que se situam em quintas que oferecem e permitem aos turistas o acompanhamento, conhecimento e participação em atividades agrícolas diárias.

Os Hotéis Rurais são resorts turísticos que cumprem os mesmos requisitos que são aplicados a estabelecimentos hoteleiros, mas construídos e desenvolvidos em áreas rurais.

É essencial que os empreendimentos de turismo rural tenham preocupações com o ambiente, baseados na sustentabilidade, na qual o conjunto de práticas adotadas visa mitigar os impactos negativos gerados pelas atividades humanas no ambiente (Sanchez e Schmidt, 2016).

O número de empreendimentos inseridos no Turismo Rural está em constante crescimento. Para que esta atividade não se desenvolva de forma desordenada, é necessário adotar práticas em que o lazer do turista é proporcionado através de métodos sustentáveis. Estes métodos incluem a preservação do ambiente, a manutenção do património histórico e cultural e, finalmente, a adição de viabilidade económica ao produtor local (Sanchez e Schmidt, 2016).

Segundo Sanchez & Schmidt (2016) é importante introduzir práticas ambientais nos empreendimentos porque lhes permite diferenciar-se de outros alojamentos, estabelece uma imagem positiva do empreendimento perante a sociedade e, por outro lado, ajuda a atrair turistas, que estão cada vez mais atentos à responsabilidade ambiental dos destinos.

As zonas rurais, enquanto destino turístico, englobam tradições e valores locais, muito valorizados no que diz respeito à criação de produtos turísticos no contexto do Turismo Rural. É neste contexto que residem novas oportunidades, quer para a comunidade local, na valorização dos seus recursos endógenos quer para o turista mais atento e curioso. Será através do Turismo Criativo que surgem formas diferentes de experienciar o local.

### 3- Turismo Criativo

De acordo com Richards (2005), o turismo criativo está relacionado com as relações entre diferentes atividades, como as artes, as tradições, a cultura local e a preservação ambiental. É uma experiência turística mais autêntica e significativa com a comunidade recetora, que pode ir da produção ao consumo. É oferecido aos turistas através da sua participação nos costumes e tradições das comunidades que os acolhem. O turismo criativo engloba o património cultural da comunidade, promovendo o desenvolvimento pessoal, novas competências e aquisição de novos conhecimentos (Richards, 2005).

O turismo pode contribuir para o desenvolvimento local, recorrendo aos elementos culturais, como a paisagem, identidades e valores locais. Ao desenvolver e promover estes elementos é possível oferecer mais visibilidade às comunidades, aumentar a sua confiança e orgulho, bem como promover a diversidade e oferta de produtos turísticos (Joffe, 2011).

Para poder estar de acordo com o conceito de valorização da autenticidade assente na atual atividade turística, é necessário acrescentar o património, a cultura e o envolvimento da comunidade, para que seja possível transmitir a alma que reflete o pulsar histórico e o momento atual da região e da comunidade local (Thurnell-Read, 2017, p.59).

Esta modalidade promove e desenvolve relações sociais, económicas e culturais entre o turista e o destino turístico. O turista absorve a cultura de forma mais ampla, contribuindo para melhorar a autoestima da população local, intensificando a troca de valores, culturas e estilos de vida entre residentes e turistas (Emmendoerf & Ashton, 2014). Pode ser considerado um produto de uma indústria criativa, uma vez que faz parte da relação entre a cultura local, a interação e a proposta de cocriação. Utilizando a criatividade, originam-se novos produtos e serviços (Reis & Urani, 2011).

A criatividade deve ser encarada como um atributo tanto durante o processo de produção como no processo de consumo. Através da criatividade é possível promover a criação de um novo produto que favoreça o desenvolvimento de novos conhecimentos mediante o conhecimento da comunidade local, que é transmitido durante a participação em atividades turísticas (Richards, 2011).

O novo conhecimento é adquirido através da coprodução e coparticipação entre os promotores turísticos e locais. Assim, são acrescentados novos valores ao consumo do produto turístico promovendo a mudança de valores e processos turísticos (Richards & Wilson, 2007).

Para contrariar a forma tradicional de consumir a cultura, a criatividade foi adicionada à forma de produzir e absorver a cultura, desenvolvendo uma nova alternativa ao consumo com base nas características locais. (Emmendoerfer & Ashoton, 2014). Com a evolução da sociedade e do turismo, cada vez mais se dá valor às atividades turísticas que permitem tanto aos turistas como à comunidade local adquirir conhecimentos (Almeida 2018, p.10).

De acordo com Olsen (2002), as experiências turísticas são consideradas imaginativas e sem limites. A essência da experiência autêntica é multidimensional e engloba todos os sentidos. Cada experiência tem um significado diferente para cada turista, de acordo com o estado de espírito e a forma como o turista interage com o local. Tudo o que o turista sente e vive num local é considerado uma experiência, seja positiva ou negativa (Richards, 2005).

A experiência turística começa na fase de pré-viagem e termina quando o turista regressa à sua rotina diária. O percurso pode ser entendido como uma sequência de fases, que incluem a visita ao destino, a experiência promovida pelos serviços oferecidos e, finalmente, as memórias do destino (Laws, 1995).

### 3.1-Turismo Criativo e Património Etnográfico

Segundo a UNESCO (2003), o património etnográfico é o conjunto de criações emanadas de uma comunidade cultural fundada na tradição e que é expressa por um grupo ou indivíduo. Este conjunto de tradições responde à expressão da identidade cultural e social da comunidade. O património etnográfico pode definir-se na linguagem, literatura, música, dança, jogos, costumes, ofícios e artes. Podem ser bens materiais ou bens intangíveis, desde que reflitam a cultura da comunidade.

O turismo é visto como uma prática social que pode contribuir para a conservação, salvaguarda e utilização mais adequada do património. Espera-se que este satisfaça as necessidades da comunidade local, a manutenção da identidade, da memória e do património cultural. Se o turismo for desenvolvido em conjunto com o património etnográfico, pode promover a reavaliação do património e do desenvolvimento económico através da cultura e da memória coletiva (Oliveira, 2017).

De acordo com Singh (2007), o turismo pode contribuir positivamente para a salvaguarda do património, porque utiliza o seu próprio bem para valorizar a história e a cultura de um determinado local, promovendo o património como forma de valorizar a cultura e a identidade de um povo. O turista evolui e procura cada vez mais autenticidade no lazer que se encontra sob a forma de gastronomia, de enoturismo ou do turismo agrícola, em que o turista cumpre o seu dever para com a sociedade de acolhimento e procura escapar à rotina e misturar-se com a comunidade que o acolhe.

O turismo de acordo com Oliveira (2017) tem como objetivo promover inúmeros benefícios nas comunidades, bem como em todo o seu património tais como:

- intercâmbio cultural;
- transmissão de ideias e crenças entre comunidade e turista;
- valorização da identidade cultural das comunidades;
- reavaliação da cultura local através da criação da identidade e da memória das comunidades;
- apoio cultural e dinâmico às técnicas de artesanato, culinária e dança;
- preservação do património histórico e cultural;

- estímulo da cadeia cultural devido aos fluxos turísticos
- o património cultural é apropriado pelo turismo e promove a transformação de territórios e formas de utilização do património.

São atribuídas novas funções ao património, bem como a novos usos, contribuindo assim para a sua proteção. Ao mesmo tempo estas podem sofrer alterações para atender à procura e às exigências dos turistas e do mercado. Isto resulta em diferentes práticas sociais que *criam locais de consumo e consumo de locais*. A reavaliação das paisagens constituídas por elementos históricos dá um novo significado ao consumo cultural, coberto com valores de mercado e sem compromisso com a história do lugar (Oliveira, 2017).

O uso da criatividade no turismo permite o desenvolvimento de oportunidades para a reinvenção ou criação de novos programas, bem como novas formas de turismo. Ao unificar estes dois conceitos é possível gerar oportunidades e garantir a melhor relação entre a oferta de experiências e a exigência de quem nos visita.

#### 4- Turismo de Saúde e Bem-estar

O Turismo de Saúde e Bem-estar é a mais antiga forma de turismo conhecida na história da humanidade. Começou nas culturas grega e romana e estava relacionado com tratamentos medicinais ligados à água, como os banhos romanos e turcos (Cunha, 2006). Esta modalidade promove programas relacionados com a promoção da saúde, através de diversas atividades físicas, psicológicas ou espirituais, abrangendo viagens nacionais ou internacionais (Büyükozkan et al, 2020).

De acordo com Gonçalves & Guerra (2019) o turismo de Saúde e Bem-Estar divide-se em dois segmentos fundamentais: os turistas que se deslocam principalmente por razões médicas e a principal motivação é a cura ou recuperação e os turistas que se deslocam por razões de prevenção, bem-estar ou recuperação da forma física. É também possível incluir turistas que, embora não desejem ter acesso a qualquer forma de cuidados privados, elejam destinos de saúde e bem-estar para usufruir de condições ambientais para descansar e estar em contacto com a natureza

O crescimento económico da sociedade aliado ao aumento da esperança média de vida contribuiu para o aumento da procura de serviços de saúde. O turismo de saúde e bem-estar é uma das indústrias que se tem vindo a tornar mais significativa em vários países. Em Portugal, a oferta do sector do "turismo de saúde e bem-estar" tem vindo a testemunhar um

desenvolvimento e diversificação significativos nas últimas décadas, conseguindo chegar a vários tipos de público (Gonçalves & Guerra, 2019). Embora o lazer ainda esteja na vanguarda, as caminhadas para a saúde durante as férias estão a tornar-se parte permanente das operações turísticas (Büyüközkan et al, 2020).

O reconhecimento internacional das práticas deste tipo de turismo manifesta atualmente não só a predominância e importância crescentes do tempo de lazer na gestão da saúde das pessoas, mas também a evidência de uma nova visão do corpo e da saúde. Os novos paradigmas do corpo e da saúde são assim apresentados num número crescente de motivações, que cada vez mais englobam um mercado maior e heterogéneo (Gonçalves & Guerra, 2019).

Segundo Gonçalves & Guerra (2019), o turismo de Saúde e Bem-Estar está a crescer rapidamente, o que tem provocado alterações na sua oferta, devido às novas necessidades, interesses e exigências dos turistas. Estes são cada vez mais exigentes e seletivos, influenciando novas tendências para o sector. O interesse atual é mais holístico (espiritual e corporal) e pela procura do bem-estar.

Esta modalidade está a tornar-se cada vez mais competitiva a nível mundial, evidenciando uma clara necessidade de desenvolver novos produtos e serviços, cada vez mais únicos, criativos e exclusivos capazes de atrair visitantes e aumentar a notoriedade dos locais (Gonçalves & Guerra, 2019). Como anteriormente se referiu, é esta abordagem que o Turismo Criativo preconiza.

O Turismo de Saúde e Bem-estar é muito importante para os destinos turísticos, sociedade, economia, cultura e experiências, revelando ser um produto turístico com grande potencial de desenvolvimento. Em vários destinos, esta modalidade é considerada um dos principais, se não o principal motor de desenvolvimento local, especialmente em destinos desprovidos de indústrias ou outras atividades que potenciam recursos locais. Muitos dos destinos de saúde e bem-estar estão localizados em zonas não urbanas, mais afetadas pelo desemprego e ameaçadas pelo despovoamento (Gonçalves & Guerra, 2019).

É uma das principais forças nos cuidados de saúde globais, oferecendo ao país uma vantagem competitiva. Entre os benefícios tangíveis, pode-se contar o fluxo de caixa gerado por esta indústria, que também tem impacto nos mercados de cuidados de saúde. Ao desenvolver estes mercados, prevê-se que o número de novas empresas aumente e que o número de desemprego reduza (Büyüközkan et al, 2020).

Atualmente, as atividades que melhoram a qualidade de vida, tanto psicológica como fisicamente, são cada vez mais procuradas e valorizadas na sociedade de hoje. Para

responder a esta procura, surgem práticas associadas ao turismo de saúde e bem-estar, como o desporto de natureza.

## 5- Desporto de Natureza

O termo Desporto de Natureza surge, no final do século XX, associado ao aparecimento de novos espaços desportivos na natureza. O aumento do número de praticantes gerou como consequência, uma maior organização, estruturação e segurança nas práticas desportivas de natureza (Bessy & Mouton, 2004).

De acordo com o Decreto-Lei n.º 47/99, este tipo de atividades desportivas são as que são praticadas em contacto direto com a natureza e que, pelas suas características, podem ser praticadas de forma não prejudicial para a conservação da mesma.

A relação com a natureza é, de facto, a característica fundamental que define quem pratica esta modalidade. Ao procurar este tipo de atividades, os praticantes querem um regresso aos espaços naturais, liberdade e inclusão com o meio que os rodeia. O desporto de natureza estabelece uma relação com a natureza e a ecologia (Melo, 2009).

A natureza e o desporto estabelecem relações intersubjetivas com os praticantes, de forma a poderem tirar partido desta interação. A relação com a natureza pode ter duas vertentes, a de interesse ecológico e a atividade física. A vertente ecológica está relacionada com a descoberta, identificação e análise do envolvimento natural, com o objetivo de conservar e equilibrar a natureza. A vertente da atividade física está relacionada com o confronto com a natureza, bem como a sua exploração através de várias atividades. No entanto, é possível desenvolver interações que combinem ambas as vertentes ecológicas e físicas (Moreira, 2007).

Os espaços exteriores em contacto com a natureza são, de facto, o cenário comum do desporto de natureza e são geralmente realizados em áreas rurais ou áreas protegidas. Estas práticas atuam especialmente no domínio do lazer turístico, como agente de mudança, trazendo inúmeros impactos às condições económicas regionais, às instituições sociais e à qualidade ambiental. Estes impactos são o resultado de um processo complexo de interação entre os praticantes, o destino e as comunidades recetoras (Melo, 2009).

Em suma, o desporto de natureza engloba atividades físicas que ocorrem em contacto direto com a natureza. Podem apresentar um formato organizado ou não mas visam sempre a expressão ou melhoria da condição física e psíquica, o desenvolvimento das relações sociais

com o objetivo de recreação e lazer. Desta forma o desporto de natureza contribui para a sustentabilidade do desenvolvimento local (Melo, 2009).

De acordo com o Decreto-Lei n.º 18/99, o desporto de natureza engloba atividades como: pedestrianismo, montanhismo, orientação, escalada, rappel, espeleologia, balonismo, parapente, asa delta sem motor, bicicleta de todo-o-terreno, hipismo, canoagem, remo, vela, surf, windsurf, mergulho, rafting, bem como outras práticas que não são prejudiciais ao ambiente.

## 6- Turismo Equestre

De acordo com a Organização Mundial do Turismo Equestre (OMTE) a modalidade de Turismo Equestre (TE) surgiu em França com o objetivo de fortalecer o ensino do cavalo, conferindo assim autonomia aos participantes bem como proporcionar segurança durante os passeios a cavalo. É uma modalidade desenvolvida por todo o mundo, que mobiliza um grande número de praticantes, com idades entre os 12 e os 75 anos.

O Turismo Equestre (TE) é definido como uma atividade turística comercial, onde o equino representa o meio de transporte e sendo este também a principal atração. Atualmente o TE é distinguido como um dos segmentos com mais impacto no mercado turístico, modalidade esta que se subdivide em Turismo a Cavalo e Turismo do Cavalo (ANTE, 2018).

O *Turismo a Cavalo* refere-se às atividades em que o meio de locomoção utilizado para passeios, estágios e a prática de equitação de lazer, é o cavalo. O *Turismo do Cavalo* remete à motivação e vontade por parte do turista de conhecer o mundo em redor do cavalo, através de atividades culturais, visita a museus, manifestações desportivas e feiras (ANTE, 2018).

Segundo a Associação do Turismo de Habitação (TURIHAB) o TE é uma atividade em expansão, com um mercado significativo a nível internacional - nos Estados Unidos, na Grã-Bretanha, Irlanda, Roménia, França, Espanha e Portugal. Os passeios a cavalo só na Europa englobam 6,4 milhões de praticantes- sendo perfeitamente ajustável e transversal aos diversos públicos-alvo (TURIHAB, 2012).

De acordo com as características que o Turismo Equestre apresenta é possível associar esta modalidade com outros produtos turísticos, gerando uma oferta composta e única que assegura experiências enriquecedoras e diversas (Magalhães, 2014). Tanto no TE como em qualquer outra forma de turismo, encontram-se à disposição vários pacotes de produtos ou

de atividades, estes com preços variados e para diferentes públicos de acordo com a sua experiência e conhecimento (Ollenburg, 2005).

Auchter (2008) afirma que o Turismo Equestre tem um elevado impacto no que diz respeito à evolução do Turismo em Espaço Rural, do Turismo de Aventura, do Turismo de Natureza e do Turismo Desportivo. Ao interagir com vários produtos turísticos, favorece o progresso do turismo cultural, de saúde e gastronómico (Boavida, 2012). Isto porque andar a cavalo é uma das quatro atividades preferidas dos turistas em espaço rural e devido às suas características é possível articular o Turismo Equestre com outros tipos de produtos turísticos, criando uma oferta composta e diferenciadora que promove experiências enriquecedoras e distintas.

O turismo Equestre pode favorecer consideravelmente o desenvolvimento da economia dos meios rurais e por esta razão deve ser considerado como uma oportunidade para as estratégias de desenvolvimento turístico nacional e regional (Magalhães, 2014).

Este mercado está a crescer e movimenta milhões de turistas, com capacidade financeira, que por sua vez exigem qualidade nos produtos que procuram. Desta forma, incentivam as empresas a procurar a excelência e a diferenciação nos seus serviços, utilizando culturas e tradições locais. Em regra, os pacotes de férias equestres incluem uma experiência cultural diversificada, como degustações dos melhores vinhos e enchidos das regiões, visitas aos marcos históricos do local, bem como atividades que permitem ao turista conhecer as culturas e tradições das comunidades locais. Por sua vez, é um turismo sustentável porque permite usufruir e explorar os recursos das regiões sem os descaracterizar.

Os produtos disponibilizados pelo TE englobam passeios a cavalo, passeios de charrete, itinerários curtos ou longos, estadias em explorações agrícolas - em que o turista vive experiências relativas à vida no campo bem como o dia-a-dia numa coudelaria. Também é oferecida assistência a eventos equestres, a participação em provas desportivas, em feiras ou em estágios (Magalhães, 2014).

Inserida no Turismo Equestre surge uma nova modalidade, Yoga com cavalos, que oferece uma forma refrescante e inovadora de alcançar uma união dinâmica e harmoniosa com o cavalo, e serve de guia numa emocionante jornada de autodescoberta, levando à integração equilibrada do corpo, mente, espírito e cavalos.

## 7- Yoga com cavalos

A equitação clássica e o yoga tradicional são práticas muito antigas. Ambos tiveram origem há milhares de anos e, na sua forma mais pura, incentivam a aprendizagem através da compaixão, da bondade e da consciência. O primeiro documento existente, sobre andar a cavalo, foi escrito há mais de vinte e três séculos por Xenophon, um soldado grego e um cavaleiro mestre (Benedik & Wirth, 2000).

Os seus métodos baseavam-se na intuição, bondade e compaixão pelo cavalo. A prática do yoga inspira o indivíduo a tratar o seu corpo e cavalo da mesma forma. Em vez de forçar ou implementar métodos de treino inflexíveis, o yoga ensina a permitir, ouvir e persuadir suavemente (Benedik & Wirth, 2000).

A equitação e o trabalho do cavalo podem ser considerados uma atividade que pode causar danos: a recuperação e reabilitação pode ser resolvida através da prática do yoga e pilates. Várias lesões, ossos partidos ou danos nos tecidos moles podem ter um impacto fundamental no alinhamento e na postura a cavalo (Wilcox-Reid, 2018).

De acordo com Benedik & Wirth (2000) no yoga e na equitação, é comum descobrir que quanto mais se aprende, mais se compreende o quanto há para saber, o âmbito do conhecimento é infinito. Aprender a andar a cavalo é um processo contínuo, os princípios e práticas de equitação estão continuamente a evoluir. Com raízes que remontam a milhares de anos, tanto o yoga como a equitação são estudos intemporais que envolvem viagens de autodescoberta e crescimento.

Segundo Wilcox-Reid (2018) esta modalidade centra-se no desenvolvimento de competências necessárias para ser um cavaleiro competente e eficaz, através de uma boa postura, estabilidade, flexibilidade e equilíbrio, bem como autoconsciência através de uma boa conexão mente/corpo. Estes são os atributos possuídos por cavaleiros de elite e as práticas de yoga e pilates podem contribuir para melhorá-los.

Tanto o yoga como a equitação integram a respiração com movimento no ritmo. Equitação é uma atividade rítmica em que o cavaleiro flui sincronizado e em conjunto com os movimentos do cavalo. Para "dançar" com um parceiro equino, o cavaleiro deve respirar e mover-se em ritmo descontraído e consistente. Através de poses rítmicas e controlando o ritmo da respiração, o yoga traz uma maior consciencialização aos movimentos do corpo. O controlo da respiração liga e guia movimentos tanto na equitação como no yoga (Benedik & Wirth, 2000).

Segundo Benedik & Wirth (2000) a equitação e o yoga são atividades que envolvem a mente e o corpo, estimulando-o a identificar e explorar as suas limitações físicas e mentais. O Yoga oferece a aprendizagem necessária para explorar as suas limitações de forma segura e gradual, sem lesões ou desconfortos, aumentando a sua consciência e capacidade de concentração, enquanto a equitação também envolve o desenvolvimento gradual desta habilidade. A capacidade de trabalhar além dos limites pode ser afinada através da prática de yoga e depois transferida para a equitação mais facilmente.

De acordo com Wilcox-Reid (2018) é cada vez mais evidente que o corpo do cavalo é o espelho do cavaleiro e vice-versa. Ambos os elementos da parceria, na maioria dos casos, demonstram os mesmos padrões de alinhamento.

Os métodos de treino certos fornecem uma base para o cavalo, cultivando o equilíbrio, a flexibilidade, a flexão e o foco mental ao longo do tempo. Da mesma forma, o yoga desenvolve estas qualidades fundamentais no cavaleiro, que depois se torna mais eficaz na sela. Uma forte base de equilíbrio, flexibilidade e foco permite que tanto o cavalo como o cavaleiro progridam de forma mais competente dentro da equitação. A prática de yoga aumenta a consciência da simetria corporal, enquanto revela os seus desequilíbrios (Benedik & Wirth, 2000).

Pensar e aplicar todos os ensinamentos de yoga sempre que se anda a cavalo ajuda a melhorar a experiência tanto para o cavaleiro como para o cavalo. No entanto, existe tanta coisa a considerar sempre que se anda a cavalo, que é mais fácil e prático que o cavaleiro se concentre principalmente no alinhamento, respiração e postura (Wilcox-Reid, 2018).

De acordo com Benedik & Wirth (2000) o yoga e a equitação partilham o objetivo universal de estabelecer uma conexão no yoga, isto refere-se à fusão de todos os aspetos do indivíduo, alcançando a união do corpo, da mente e do espírito. Quando o indivíduo aprende e consegue esta união através do yoga, ele é capaz de explorar as técnicas que lhe permitem alcançar a união com o cavalo.

A prática regular desta modalidade ajuda a reduzir o risco de lesões futuras, aumentando a estabilidade, a flexibilidade e o equilíbrio (Wilcox-Reid, 2018).

As várias atividades passíveis de serem dinamizadas num destino turístico podem ser promovidas por um animador turístico. É através da Animação turística que os turistas são

incentivados e conduzidos para atividades únicas e diferenciadoras de um determinado destino turístico.

## 8- Animação

Animação é uma palavra que deriva do latim, *Anima*, em que o significado é dar alma ou animar a alma. Em latim, *Animus*, refere-se à dinâmica, força ativa e vida. Esta palavra tem sido um dos temas turísticos mais importantes dos últimos anos e já está inserida nos dicionários europeus do século XVII (Spínola, 2013).

A animação surgiu no início do século XX e define-se como qualquer ação com dimensão social, cultural e educativa com o objetivo de dinamizar programas entre as populações (Lopes, 2006).

Atualmente, a animação é importante para melhorar a qualidade de vida e a interação e desenvolvimento pessoal dos indivíduos, porque é considerado um estímulo que proporciona a um determinado grupo de pessoas uma forma de ser afetiva e mental, o que permitirá a participação num determinado conjunto de atividades que contribuam para uma relação mais próxima com a instituição. Cada vez mais, descanso, diversão e lazer começam a ser fatores com menos valor na diferenciação do destino porque se começa a dar mais valor e importância ao que a experiência desenvolve e acrescenta ao turista (Almeida, 2018).

A Animação é uma série de atividades programadas que permite aos indivíduos interagir com as potencialidades onde são procuradas relações que promovem o desenvolvimento pessoal (Almeida, 2003).

De acordo com Jacob (2007) a animação implica um conjunto de três processos:

- O primeiro visa desenvolver e criar as condições necessárias, dando assim hipótese a todos os indivíduos para se revelarem, criando desta forma um processo de revelação.
- O segundo diz respeito à relação entre os indivíduos do grupo, que é feita através do diálogo, da concertação ou até mesmo através de conflitos.
- O terceiro processo refere-se à criatividade, fazendo com que os grupos questionem o seu desenvolvimento, a sua capacidade de expressão, responsabilidade e iniciativa.

Quintas & Castão (1998) definiram um conjunto de características de animação, que são fundamentais para todos aqueles que participam em atividades de animação como:

- A melhoria da qualidade de vida, devido à inter-relação com outras culturas e povos;

- É interjuncional e direcionado, pois, envolve todas as idades e procura não colocar em causa as limitações existentes;
- Independente, cada indivíduo retira a sua única e própria satisfação;
- Única, permite uma realização pessoal;
- Voluntária, deve ser encarada como uma saída para as obrigações;
- Saudável, permite que as pessoas escapem às suas obrigações sociais e profissionais;
- Pedagógica, ensina novas culturas, tradições, viveres, saberes, estímulos e novas sensações;
- Recíproca, permite dar e receber conhecimentos, estímulos e realidades culturais;
- É o conhecimento do espaço onde o indivíduo está localizado, seja o espaço humano, natural ou o conjunto de estruturas existentes;
- É o tempo para que o indivíduo possa agir sobre um determinado grupo de indivíduos;
- É a condição das pessoas com quem estamos dispostos a trabalhar, a fim de adaptar o programa às mesmas;
- É a identificação de certas características do grupo que permitem ao indivíduo interagir da forma mais correta;
- É um produto que completa uma necessidade, estando disponível e podendo ser adquirido a qualquer momento nos lugares mais diferentes e pelas pessoas mais diferentes.

Segundo Getz (2002) quando o turista procura algo autêntico, significa que através de experiências culturais encontra e procura motivação. O atual turista quando marca umas férias procura algo com autenticidade porque nas sociedades modernas, tornou-se algo escasso (MacCannell, 2003).

De acordo com Almeida (2003), para tirar todo o potencial da animação, há que elaborar programas criativos e atrativos para grupos específicos; fornecer conteúdos pedagógicos aos programas elaborados; esclarecer aos participantes os objetivos da atividade; não exagerar, nem provocar cansaço ou tédio aos participantes; inculcar responsabilidades, motivação e mostrar satisfação; estimular a participação coletiva; garantir a união do grupo e evitar conflitos.

De acordo com Quintas & Castão (1998) as finalidades da animação são:

*A finalidade Educativa* - os programas de animação devem ser sempre educativos, a fim de permitir a aprendizagem de quem participa, apoiando-os com um leque de vantagens e conhecimentos que só podem ser adquiridos participando nestes programas específicos.

*A finalidade Cultural* - a animação visa dar a conhecer e despertar realidades desconhecidas e informar e contar histórias dos locais de destino. Estes programas são considerados muito interessantes para os visitantes e para aqueles que são visitados, há uma qualidade nos programas e um grande cuidado na escolha dos conselheiros, desenvolvendo assim um conhecimento acrescido nos participantes.

*A finalidade Económica* - a animação deve desenvolver o mercado de trabalho, criando receitas sem grandes investimentos, utilizando principalmente recursos naturais. Estes programas são vistos como um ativo promocional.

*A finalidade Social* - os programas de animação devem permitir conhecer as culturas e tradições das pequenas e ameaçadas comunidades, a fim de ajudar a prevenir e recuperar. Deve também libertar as pessoas das suas obrigações e conduzir à recuperação das forças.

A animação é considerada um conjunto de propósitos que promove o desenvolvimento dos vários indivíduos envolvidos.

## 8.1-Animação Turística

A Animação Turística (AT) tem vindo a aumentar a sua importância na atividade turística, mesmo contra a vontade de quem a quer reduzir a uma mera dimensão gestora e económica (Lopes, 2014).

O progresso da animação tem sido constante, desenvolvendo-se como um setor de atividade cada vez mais importante e fundamental para o crescimento pessoal e intelectual, satisfazendo as necessidades dos indivíduos, fazendo-os viver experiências únicas, levando a uma melhor qualidade de vida (Parreira, 2015).

*“Podemos definir a Animação Turística como um conjunto de ações e técnicas direcionadas a “motivar, promover e facilitar uma maior e mais ativa participação do turista no desfrute do seu tempo de férias, nos níveis e dimensões que isto implica(...)” A Animação Turística exige por sua vez uma especial atenção para as relações humanas a dinâmica de grupos e a convivência, isto implica colocar acima de tudo, o desenvolvimento de uma ação coerente e continuada de motivação, capaz de suscitar um autêntico interesse no turista e estimular a sua participação*

(Chaves e Mesalles, 2001, citado por Lopes, 2014 p.64)

A Animação Turística implementa uma quebra na monotonia e constrói uma ideia radical de liberdade de escolha. É uma proposta de intervenção que nunca pode significar imposição e que contribui para a compreensão dos sentidos e significados culturais (Melo, 2007).

Segundo Parreira (2015) a Animação Turística pode ser considerada uma atividade complexa por ter características muito específicas, como o ajuste e a flexibilidade do grupo/ pessoa e onde esta será praticada. Desta forma, o planeamento de atividades de animação deve ser antecedido de um estudo e compreensão das diferentes características e personalidade do turista, em que o foco principal é criar experiências únicas.

A crescente procura por AT deve-se ao uso cada vez mais frequente de um conjunto de técnicas destinadas a consciencializar a sociedade relativamente à sustentabilidade (ambiental e social) e a melhorar e promover o turismo que incentiva as pessoas a participar de forma informada na descoberta de locais, regiões e monumentos que visitam (Lopes, 2014).

De acordo com Lopes (2014) os principais objetivos da Animação Turística são os seguintes:

- Fazer com que as pessoas se relacionem com o ambiente que visitam (pessoas, património, natureza, crenças, tradições, património arquitetónico, associações existentes, artesanato, gastronomia, festas populares, etc);
- Substituir o ver pelo envolver, procurando uma integração social e cultural ativa;
- Criar processos dinâmicos e criativos resultantes de diferentes interações, em que as valências culturais, sociais e educativas são articuladas;
- Transformar o tempo livre em ociosidade criativa, rejeitando o tempo morto;
- Estabelecer comunicação entre a população nativa de um espaço visitado com a população visitante, através de eventos e experiências que passam pela coexistência, baseadas na partilha de conhecimentos, na partilha cultural, nas partilhas interculturais e multiculturais.

A animação através da sua capacidade técnica e metodológica permite o desenvolvimento de processos participativos e criativos, permite a otimização de recursos humanos, promove a interação social e potencia o desenvolvimento social e pessoal. A Animação Turística tem sempre a preocupação de levar a pessoa a uma interação e autodesenvolvimento que resultam da aprendizagem (Lopes,2014).

Segundo Melo (2007) a AT contribui para a superação do estatuto e para a construção de uma sociedade mais equitativa, uma vez que uma proposta pedagógica não se limita a um único campo de intervenção pois pode ser implementada no âmbito do lazer, da escola, dos sindicatos e da família e não pode ser entendida apenas por uma área de conhecimento.

“A animação Turística é de forma crescente, considerada um elemento determinante da procura turística, captando novos fluxos para as regiões/destinos, uns já “turistificados”, mas em busca de fatores de revitalização, outros ainda em situação de periferia face às dinâmicas de desenvolvimento do turismo (...).”

(Alves e Ferreira, 2009 citados por Lopes, 2014, p.64)

O Turismo de Portugal (2014) afirma que quando se trata de um produto turístico, a Animação Turística é um elemento fundamental, bem como estabelecimentos hoteleiros, transportes e equipamentos. Tudo isto pode melhorar o elemento diferenciador do destino turístico sendo possível obter uma vantagem competitiva em relação a outros destinos.

De acordo com o Decreto-Lei n.º 95/2013, as atividades de animação turística, incluem atividades recreativas, desportivas ou recreativas culturais, que são configuradas como atividades de turismo ao ar livre ou turismo cultural e que têm um interesse turístico pela região em que se desenvolvem.

Segundo o Decreto-Lei n.º 108/2009, são consideradas atividades de empresas de animação turística, a organização e venda de atividades recreativas, desportivas ou culturais, em ambiente natural ou em instalações fixas destinadas ao efeito, de natureza lúdica e com interesse lúdico e com interesse turístico para a região em que se desenvolvem. São atividades acessórias de empresas de animação turística, nomeadamente a organização de campos de férias e similares; congressos, eventos e similares; visitas a museus; monumentos e outros locais de interesse turístico.

A Animação Turística procura assim uma intervenção baseada numa pedagogia de experiência fundamentada nos pilares clássicos da *educação: Ser, Saber, Fazer e Aprender a conviver juntos, onde o ser da Pessoa deve corresponder a um ser humano com rosto e identidade, e não um mero número* (Lopes,2014).

De acordo com Melo (2007) a AT é principalmente um processo de intervenção que não é "a favor" ou "contra" algo, é uma pedagogia que estimula e permite ao indivíduo posicionar-se a nível crítico e ativo relativamente às diferentes questões sociais.

A Animação Turística promove ainda uma aprendizagem para viver em conjunto permanentemente e leva ao encontro uns dos outros numa interação, numa partilha e num envolvimento marcado pela mobilidade e modelado no reforço da valorização da diferença, descoberta e humanização da vida (Lopes, 2014). Pode ser vista como um conjunto de atividades que podem estar interligadas com os desportos radicais, com o património natural ou cultural, com os jogos tradicionais, entre outros. A concretização destas atividades pode

trazer desenvolvimento económico para as áreas onde são desenvolvidas, uma vez que trazem mais visitantes que, por sua vez, podem consumir produtos e serviços da região (Parreira, 2015).

É também importante para valorizar as artes, o património, a cultura, o desenvolvimento local como forma de gerar desenvolvimento sustentável.

Segundo Parreira (2015) a Animação Turística desempenha um papel essencial na fidelização do turista e no desenvolvimento das regiões onde é praticada, porque muitas vezes a ida ao local é exclusiva para realizar atividades. A realização pessoal do turista está relacionada com a atividade em si, que pode ser complementada com o que a região tem para oferecer.

## 9- Metodologia

### 9.1- Estudo de caso

O estudo de caso é frequentemente usado como uma ferramenta para estudar o objetivo (caso) na sua situação real, usando várias fontes de evidência, qualitativas e quantitativas.

O estudo de caso é orientado de acordo com as fases de recolha, análise e interpretação da informação dos métodos qualitativos, com a diferença de que o objetivo é o estudo intensivo. As vantagens do estudo de caso são a sua aplicabilidade às situações humanas e aos contextos contemporâneos da vida real, sendo assim o método escolhido para desenvolver este estudo (Dooley, 2002).

A razão para a realização de estudos de caso surge devido à necessidade de estudar e analisar fenómenos sociais complexos. Os estudos de caso devem ser utilizados para lidar com situações contextuais, e será necessário ter em conta que essas condições serão relevantes para o questionário feito aos operadores. Os estudos de caso são generalizáveis a propostas teóricas, mas não a generalizações teóricas (Yin, 2005).

O desenvolvimento da teoria como parte principal da fase inicial do projeto é fundamental para ser conhecido se o propósito resultante do estudo de caso é desenvolver ou testar a teoria (Yin, 2005).

De acordo com Yin (2005) existem seis tipos diferentes de critérios de classificação para estudos de caso que são: Exploratórios Únicos; Descritivos Únicos; Explanatórios Únicos; Exploratórios Múltiplos; Descritivos Múltiplos e Explanatórios Múltiplos.

O estudo exploratório visa definir questões ou hipóteses para futuras investigações, enquanto estudos descritivos representam a descrição completa de um fenómeno introduzido no seu contexto. Os estudos explanatórios procuram informações que facilitem o estabelecimento de relações causa-efeito, ou seja, procuram a causa que melhor explica o fenómeno estudado e todas as suas relações causais. Podem também ser holísticos, com uma unidade em análise, ou incorporados, com várias unidades em análise (Yin, 2005).

O estudo de caso faz sentido se for inserido num desenho metodológico rigoroso, a começar por um problema com "porquê" ou "como" e onde os objetivos e o enquadramento teórico têm de ser claros. O problema pode ser dividido em propostas e, por sua vez, em questões orientadoras. É necessário identificar a unidade de estudo e conceber os instrumentos de recolha de informação, bem como elaborar o registo e classificação de informação para dar a resposta às questões orientadoras, a fim de filtrar criticamente o problema estudado com as teorias dos elementos conceptuais em que se baseia o estudo (Yin, 2005).

Para realizar este projeto é necessário ter uma base metodológica que permita a definição dos problemas iniciais de modo a definir e estudar as teorias envolventes. Inicialmente era necessário encontrar um problema, ou seja, o "porquê?" da investigação e, conseqüentemente, as soluções, como?". A metodologia foi fulcral uma vez que ajudou a organizar e definir/identificar, a unidade de estudo e também definir quais os instrumentos de recolha de dados, que seriam utilizados para apoiar o projeto. Também foi importante porque nos permitiu definir conclusões e soluções implementadas no desenvolvimento das propostas sugeridas. Após uma análise e recolha de informação com base nos autores acima mencionados, é possível concluir que o estudo em questão será um estudo explicativo, porque visa desenvolver um apoio teórico, analisando temas como: turismo de natureza; turismo sustentável; animação turística, tendo como objetivo explicar e estabelecer uma relação com as propostas apresentadas.

## 9.2- Recolha De dados

Para desenvolver a recolha de dados optou-se por um levantamento com base em fontes primárias, sendo utilizado como métodos de recolha o questionário e a entrevista.

O questionário é normalmente utilizado em estudos de grande escala, permitindo examinar um número significativo de sujeitos relacionados com um determinado fenómeno social,

sendo possível quantificar os dados obtidos, retirando assim as conclusões necessárias (Batista et al, 2021).

De acordo com Batista et al (2021) o questionário é uma técnica de recolha de dados, que pretende recolher testes e escalas de atitudes e opiniões, que tem como objetivo avaliar um certo tipo de comportamento, reações e ainda a opiniões e atitude.

Ao utilizar o questionário como método de recolha de dados é possível verificar ou refutar as hipóteses teóricas orientadores da investigação, ou seja, ver qual é a relação entre as variáveis. De acordo com as a finalidade do estudo o questionário pode incidir sobre as atitudes, valores, opiniões, sentimentos e informação factual (Batista et al, 2021).

De acordo com Kettle (1993) a entrevista é um método usado para recolher informações baseadas em conversas orais, onde os inquiridos são cuidadosamente selecionados e o grau de relevância, fiabilidade e validade é analisado de acordo com os objetivos da recolha de informação. A principal função da entrevista é analisar conceitos e compreender o significado do fenómeno da mesma forma que é entendido pelos participantes, servindo como principal instrumento de medição (Flick, 2005).

Segundo Flick (2005) as principais vantagens da entrevista são a possibilidade de um contacto direto com a experiência individual de cada pessoa entrevistada; a obtenção de informação sobre temas complexos e emotivos e ainda respostas detalhadas e pormenorizadas. As desvantagens desde método são: o facto de necessitar de tempo, os custos e os dados obtidos podem ser de difícil interpretação.

A escolha do questionário esteve relacionada com o facto de ser uma técnica de recolha de dados muito composta, na qual o objetivo é obter informações que o investigador necessita de forma que o inquirido possa responder (Flick, 2005).

De acordo com Flick (2005) as perguntas abertas e fechadas são usadas com o objetivo de, por um lado, o entrevistado poder expressar livremente a sua opinião, mas, por outro lado, que se exteriorize em relação a um determinado tema e subtema. A principal vantagem deste método de recolha é que os dados são mais fáceis de analisar e processar.

Foram feitas duas entrevistas aos proprietários da empresa Ecotura e para a sua realização foi elaborado um guião que exibia de forma lógica as perguntas alusivas aos diferentes aspetos do tema, divididos em dois momentos. Na primeira entrevista, os entrevistados responderam a uma série de questões relacionadas com a sua empresa, como surgiu, o

principal objetivo, a filosofia, a experiência proporcionada e se era inovadora. Foram também levantadas questões relacionadas com a reconstrução da aldeia abandonada. Num segundo momento, considerando que este é o principal objetivo da investigação, os entrevistados responderam a várias questões relacionadas com as práticas ecológicas desenvolvidas, as relações com clientes e operadores, o que era necessário melhorar/desenvolver na empresa e, finalmente, se os programas promovidos são inovadores. Na segunda entrevista foi o apresentado o projeto final aos proprietários e foram colocadas questões tais como “Se estavam de acordo com as ideias apresentadas? Qual o feedback? e “Se as ideias resolveriam os problemas enumerados pelos mesmos na primeira entrevista? “

O questionário destina-se a operadores internacionais que trabalham com a Ecotura, para o preparar, foram feitas várias perguntas sobre o tema de pesquisa. Inicialmente, são colocadas várias questões em que o operador se apresenta; onde menciona qual o pacote de férias da Ecotura que é mais bem-sucedido na sua plataforma e quais os países/público-alvo principais. No segundo momento foram colocadas questões relacionadas com as propostas contidas no projeto, o que distingue a empresa da concorrência, se era habitual o cliente repetir as férias e ainda se as novas propostas apresentadas seriam viáveis.

### 9.3- Modelo de Negócio

Segundo Cambridge (2003) o conceito de modelo de negócio é bidimensional, isto porque, por um lado encontramos a perspetiva “Business”, caracterizada como uma atividade de comprar e vender bens e serviços, englobando também o trabalho realizado para ganhar dinheiro. Na outra perspetiva, surge a dimensão “Model”, que é definido como a representação de algo, como um objetivo físico, ou como uma simples descrição do objeto que pode ser utilizado nos cálculos (Cambridge 2003).

Ao unificar estas duas definições é possível definir e caracterizar o modelo de negócio como uma ferramenta conceptual que dispõe de um conjunto de objetos, conceitos e relações. O principal objetivo é expressar a lógica de negócio de uma empresa específica. Assim, deve considerar-se que os conceitos e relações, permitem uma descrição simplificada, uma representação do valor que é fornecido aos clientes, como é feito e quais as consequências financeiras (Osterwalder et al, 2005).

### 9.3.1- Modelo Canvas

Antes de iniciar um novo projeto, é necessário e importante ter uma visão mais estratégica do projeto e inseri-lo na realidade do mercado. A estratégia escolhida para ter sucesso foi a criação de um modelo de negócio Canvas, devido ao facto de ser possível desenvolver e criar um mapa visual com informação necessária sobre o negócio. Ao prepará-lo é possível analisar/estruturar o conhecimento de forma formal e criar instrumentos que permitam um maior controlo, desde a conceção de um novo produto até à reestruturação dos existentes.

Os empresários, quando pretendem iniciar o seu negócio, têm sempre ao seu alcance ferramentas que lhes permitem testar e desenvolver as suas teorias de uma forma mais simplificada. Os empreendedores usam este modelo para garantir o sucesso do negócio. O modelo de negócio tem de ser muito detalhado, claro e minucioso no que diz respeito aos seus propósitos, estando sempre sujeito à modelação do negócio, bem como à opinião pessoal do empreendedor (Carrasco et al, 2014).

Segundo Carrasco et al (2014) este modelo tem a vantagem e a característica de enriquecer o plano de negócios porque inclui a opinião de todos os que intervêm no negócio futuro. O modelo também pode alterar a ideia inicial do negócio, enriquecendo-o e acrescentando-lhe valor.

Tem o objetivo chave de encontrar um conceito que detenha e crie valor para os seus clientes.

Um modelo de negócio tem de apresentar a lógica de como criar, fornecer e valorizar um negócio. Os criadores do Modelo Canvas desenvolveram um esquema de nove blocos desenhados numa folha de papel onde são descritas as inter-relações necessárias para definir e desenhar a lógica para desenvolver um negócio de sucesso. (Osterwalder & Pigneur, 2011)

Assim, segundo Carrasco et al (2014), o modelo Canvas ajuda na criação de esboços e versões finais de modelos de negócio, tanto para uma nova empresa como para uma empresa que já está ativa. É um mapa visual que melhora a visualização e compreensão do modelo de negócio de uma empresa.

## Capítulo III - Estudo de caso Ecotura

### 1- Caracterização geográfica

#### 1.1- Parque Nacional da Peneda (PNPG)

O Parque Nacional da Peneda Gerês (PNPG) faz parte da Rede Nacional de Áreas Protegidas, que é administrada pelo Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas (ICNF). Está incluído no departamento de Gestão de Áreas Classificadas do Norte, em conjunto com os parques naturais do Litoral Norte, Alvão, Montesinho e Douro Internacional.

O Parque Nacional de Peneda Gerês situa-se na região norte de Portugal (Minho-Lima, Cávado, Alto Trás-os-Montes) habita uma área de 69 596 hectares e destes, 5 275 hectares pertencem ao Estado, nomeadamente as florestas nacionais que estão sob a administração do ICNF, 45 577 hectares são terrenos baldios e a restante área é propriedade privada. O parque cobre um território de 22 freguesias divididas pelos concelhos de Melgaço, Ponte de Barca, Arcos de Valdevez, Montalegre e Terras do Bouro (ICNF).

O Parque Nacional da Peneda Gerês e o Parque Natural Espanhol da Baixa Limia - Serra do Xurés formam o Parque Transfronteiriço Gerês-Xurés. O parque transfronteiriço foi patenteado em maio de 2009 como Reserva Mundial da Biosfera para a Biosfera Transfronteiriça "Gerês-Xurés" (ICNF).

Em 2008, o PNPG aderiu à rede PAN Parks, uma rede de excelência, onde se localizam apenas as melhores áreas naturais da Europa.

Situa-se numa região montanhosa acidentada, com quotas geralmente superiores a 700m, chegando aos 1545m em Nevosa (Serra do Gerês). A rocha predominante é o granito, que concede às montanhas um relevo robusto adquirindo as mais variadas formas desde penhas, pias, blocos até bolas de granito (ICNF).

No planalto de Castro Laboreiro, Lindoso e São Bento do Cando as rochas existentes são os xistos, metagrauvaques e quartzitos. Um dos aspetos geológicos mais relevantes é o facto de existir uma presença de formas glaciares que demonstram alterações climáticas importantes e variadas no passado, como U, os circos glaciários, moreiras e rochas aborregadas (ICNF).

A rede hidrográfica é constituída por vales e corgas, especialmente nas bacias hidrográficas do Minho, Lima e Cávado.

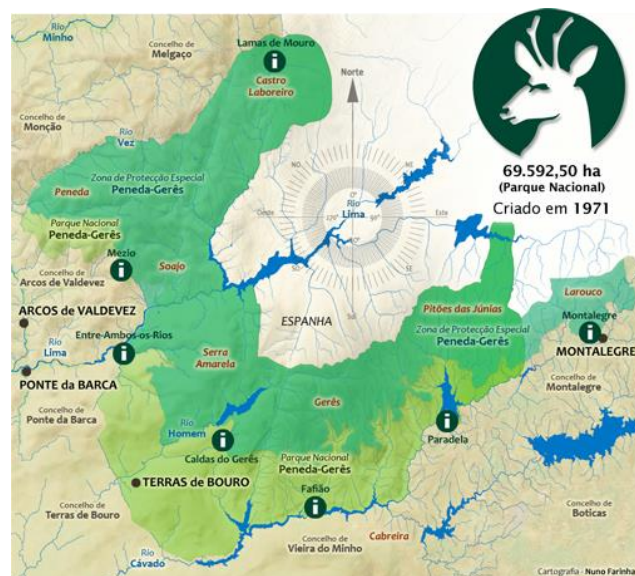
No que diz respeito ao clima, o PNPG está sob a influência atlântica, mediterrânica e continental, o que leva a variações dependendo do movimento para o interior ou em altitude.

Devido ao clima existente, é possível aparecer plantas adaptadas às mais variadas condições climáticas, desta forma existe uma enorme diversidade botânica com várias espécies endémicas e outras que são classificadas com um valor muito importante para a conservação da natureza (ICNF).

Os habitats mais típicos do PNPG são os carvalhais, os bosques ripícolas, as turfeiras e matos húmidos, habitats raros e sensíveis, que se desenvolvem em locais cheios de água. Grande parte da paisagem do PNPG é coberta por arbustos secos. Existem também habitats seminaturais, como pinhais selvagens, lameiros e prados de montanha.

Devido ao facto de existir uma grande diversidade de habitats naturais, o PNPG tem uma imensa diversidade de fauna constituída por espécies endémicas, raras e de distribuição limitada em Portugal (ICNF).

*Figura 1-Mapa do Parque Nacional da Peneda Gerês*



*Fonte: Parque Nacional da Peneda Gerês, 2020*

## 1.2- Vila de Castro Laboreiro

Segundo as Aldeias de Portugal (2020) a Vila do Castro Laboreiro é uma antiga freguesia portuguesa pertencente ao concelho de Melgaço, que se situa na Serra da Peneda, em pleno planalto de Castro Laboreiro.

Situa-se na encosta nordeste da Serra da Peneda e na encosta oeste da Serra do Laboreiro, a uma altitude de 1166 metros, pelo que é o segundo local de maior altitude e que é habitado.

De acordo com os últimos censos de 2011, a localidade abrange 89,29km, com 540 habitantes, a densidade populacional é de 6 habitantes por km. Em 2012 a freguesia foi dada como extinta e agregada à União de Freguesias de Castro Laboreiro e Lamas de Mouro.

Castro Laboreiro é a única freguesia inserida no PNPG, em que a distribuição da população está organizada de forma peculiar. Esta organização divide-se em inverneiras, brandas e lugares fixos (Viana, 1999, p.18).

As inverneiras e os lugares fixos localizam-se nas ribeiras dos cursos de água principais, protegidos dos invernos rigorosos, em altitudes entre os 700 e os 950 metros de altitude, aproveitando as várzeas para a produção agrícola no verão e pastos para o gado na estação invernal (Viana, 1999, p.18).

As brandas situam-se acima dos 950 metros, já na culminação da serra, no planalto, encontram-se os povoamentos de verão. São brandas de habitação para onde as pessoas se deslocam com todos os seus pertences entre maio e outubro, quando o clima permite a exploração de terras agrícolas e as pastagens podem ser ocupadas pelo gado (Viana, 1999, p.18).

Castro Laboreiro é conhecido pelo seu Património Natural e Cultural, como a Cascata do Laboreiro, o Castelo Medieval e a enorme variedade de igrejas, capelas e pelourinhos.

Tem um dos aglomerados mais uniformes e atraentes de pontes históricas, com grande relevância histórica devido ao facto de demonstrarem que a Idade Média reutilizou as estruturas antigas da era romana.

Em pleno Planalto de Castro Laboreiro que se estende até á fronteira com Espanha, estão identificados 62 monumentos funerários megalíticos como mamoas de terra, couraça lítica e câmaras megalíticas.

Atualmente esta aldeia já tem alguns estabelecimentos hoteleiros e turísticos, um Centro Museológico, um espaço de lazer, um Centro Cívico e um centro de informação e biblioteca.

*Figura 2- Aldeia de Castro Laboreiro vista do Castelo*



*Fonte: Câmara Municipal de Melgaço, 2020*

## 2 - A empresa

A Ecotura é uma empresa de animação turística criada por Pedro Alarcão, fotógrafo de natureza e Anabela Moeda, jornalista de natureza. A empresa situa-se na zona de Castro Laboreiro no Parque Nacional da Peneda Gerês, tendo sido criada em 2006 com o objetivo de desenvolver atividades de turismo de natureza.

A empresa desenvolve atividades destinadas à conservação e proteção do Lobo Ibérico, dinamizando programas de turismo equestre, no território do lobo e do cavalo selvagem: “utilizar a imagem do lobo e usá-la para o projeto de turismo, mas que ao mesmo tempo ajude a fazer a proteção do próprio lobo, portanto a ideia inicial era divulgar o tema através das atividades que a Ecotura promove” (Pedro e Anabela em Entrevista à Ecotura - Anexo 1).

Figura 3-Sunset Ride



Fonte: Pedro Alarcão, 2016

As férias pedestres são outra vertente da empresa, com trilhos interpretados com ênfase na botânica, zoologia e interpretação da paisagem. Nos programas pedestres o público-alvo é o público adulto com gosto pela natureza e com alguma experiência pedestre porque os trilhos requerem alguma condição física.

Os programas oferecidos pela Ecotura variam entre cinco e sete dias e o principal mercado da Ecotura é estrangeiro, nomeadamente Inglaterra, Alemanha, Holanda, Dinamarca, Suíça, Estados Unidos e Canadá.

Durante os passeios a cavalo o cliente usufrui de uma experiência equestre abrangente e de alta qualidade com a possibilidade de aproveitar o cavalo e toda a sua potencialidade, ao mesmo tempo que desfruta de uma interpretação da fauna e da flora. As tradições e costumes

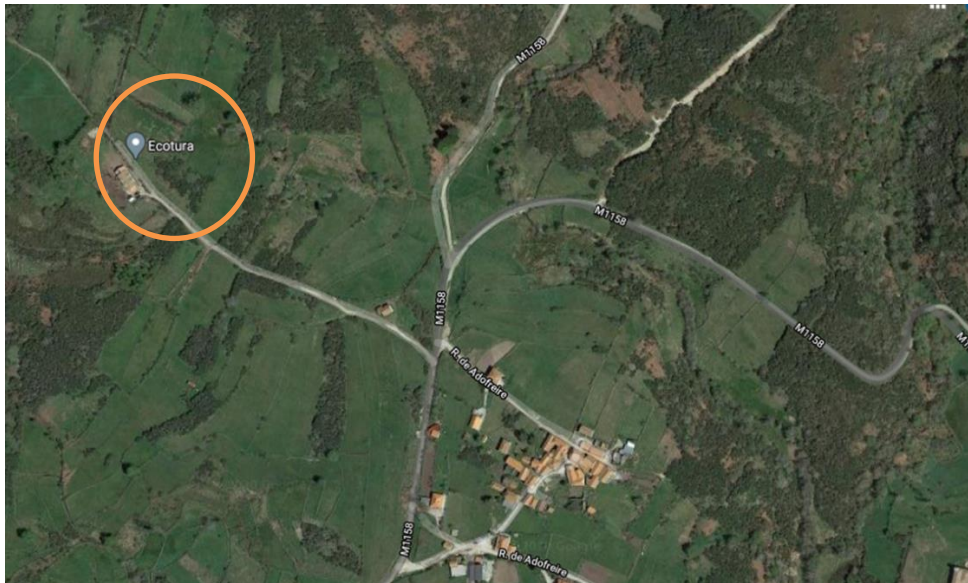
locais também são abordados durante programas como: a visita e interpretação do património megalítico da região, a visita às aldeias com a explicação de todo o sistema arquitetónico tradicional, bem como a explicação dos costumes do sistema comunitário da vida local da região.

Nos programas equestres, o público-alvo é geral e abrangente, embora 90% do público que realiza as atividades seja o público feminino, entre os 25 e os 75 anos, com experiência equestre.

O programa de férias inclui ainda visitas guiadas ao museu local de Castro Laboreiro, ao Solar do Alvarinho e às Portas do Parque Nacional, de forma a dar a conhecer o património cultural, arquitetónico e enológico “os pacotes de férias valorizam a região tanto nível económico como cultural, e começamos a usar os próprios recursos que a região tem não só do ponto vista natural, cultural e tradicional para condimentar as semanas” (Pedro e Anabela em *Entrevista à Ecotura - Anexo 1*).

De forma a melhorar a oferta e ainda dar uma nova vida a uma aldeia abandonada na região, a Ecotura recuperou uma pequena aldeia de montanha, aldeia de João Alvo. Todo o processo de alojamento dos clientes da empresa tornou-se mais simplificado e a experiência para os clientes melhorou imenso, porque o cliente típico da Ecotura dá mais valor à cultura e à natureza e por isso prefere ficar numa aldeia típica: “é uma mais-valia porque efetivamente o nosso público-alvo dá preferência à cultura e ao que é tradicional, por isso preferem ficar numa casa rural em vez de num hotel, preferem comer comida tradicional e alimentos orgânicos do que comer em ambientes despersonalizados portanto tudo isto se tornou uma necessidade” (Pedro e Anabela em *entrevista à Ecotura*).

Figura 4-Localização da Ecotura



Fonte: Google Earth, 2020

## 2.1-A aldeia de João Alvo

João Alvo é uma antiga inverneira, da branda de Adofreire, ou seja, é um núcleo habitacional temporário para o inverno, cuja origem faz parte de um processo de transumância em que as populações se deslocam das suas habitações de verão para os vales e outras áreas mais baixas da serra, onde o frio não é tão intenso.

Os habitantes de João Alvo passavam normalmente três a quatro meses na aldeia, pelo que as casas eram simples e pequenas.

A aldeia de João Alvo situa-se a dois quilómetros e meio da vila de Castro Laboreiro, no vale do rio Laboreiro. Rodeada por um bosque de carvalhos, alguns campos de pastagem e um pequeno riacho que percorre a aldeia, é considerada uma das aldeias que tem a mais bela paisagem: apesar de estar inserida num vale é possível observar todos os bosques e serras circundantes.

Figura 5-Localização da Aldeia de João Alvo



Fonte: Google Earth, 2020.

A aldeia inclui doze edifícios em que seis deles são habitações, quatro são palheiros, um forno comunitário e um apoio agrícola. As habitações estão construídas com dois pisos, em que a parte de cima é a habitação e por baixo são as cortes, habitação para os animais, típicas das zonas minhotas, com telhados de duas águas, rodeado por cápeas em granito (Viana, 1999, p.19).

A construção tradicional é feita com técnicas simples, aproveitando os materiais disponíveis no meio, sendo o resultado de uma experiência acumulada por várias gerações. Segundo Viana (1999, p.18) o funcionamento perfeito do todo e da lógica construtiva conferem-lhe durabilidade e eficácia.

Até à aquisição da aldeia pela Ecotura, João Alvo estava desabitado com a maioria das habitações devolutas e em ruínas.

*Figura 6-Aldeia de João Alvo*



*Fonte: Google Earth, 2020*

### 2.3- Análise Swot da Ecotura

Segundo Neto (2011), a análise Swot ou F.O.F.A em português, é uma ferramenta de gestão estrutural, que é usada para analisar o ambiente interno e externo. O objetivo final é a formulação de várias estratégias para a empresa. Ao fazer esta análise é possível identificar os pontos fortes e fracos da empresa, definindo assim as ameaças e as oportunidades.

Para poder analisar a empresa de acordo com todos os seus pontos fortes e fracos, bem como as suas ameaças ou oportunidades, foi elaborada uma análise SWOT (tabela 2) da empresa. Isto facilita a elaboração de um plano estratégico.

Tabela 2-Análise SWOT da Ecotura

Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Localização privilegiada</li> <li>• Atendimento excelente</li> <li>• Excelência no serviço</li> <li>• Contactos no setor</li> <li>• Experiência na área por parte dos proprietários</li> <li>• Clientes que fazem elogios e voltam</li> <li>• Atividades oferecidas</li> <li>• Alojamentos próprios</li> <li>• Transferes próprios</li> <li>• Decoração e originalidade nos alojamentos</li> <li>• Estrutura completa para receber todos os tipos de clientes</li> <li>• Personalização do serviço ao cliente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemas de organização e gestão</li> <li>• Pouca diversidade de programas</li> <li>• Elevados custos no inverno</li> <li>• Seguimento do cliente é fraco</li> <li>• As novas tecnologias não estão a ser usadas a favor da empresa</li> <li>• Não tem funcionários</li> </ul>
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercado em evolução</li> <li>• Empresa única na zona</li> <li>• Características identitárias</li> <li>• Património natural e cultural</li> <li>• O número de operadores está a aumentar de ano para ano</li> <li>• Um publico muito específico</li> <li>• Nicho de cliente muito recetivo</li> <li>• A região está a ficar mais conhecida</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• É muito longe para atrair trabalhadores</li> <li>• Já começam a existir mais empresas parecidas</li> <li>• Regras burocráticas</li> <li>• Clima chuvoso</li> <li>• Sazonalidade</li> </ul>

Fonte: Elaboração Própria

## 2.2- O cliente Ecotura

A Ecotura é uma empresa que cobre um nicho de mercado muito específico devido ao tipo de atividades que promove.

De acordo com a entrevista realizada aos proprietários e os questionários aos operadores, foi possível compreender que uma grande maioria do público abrangido é internacional, vindo de vários países como Inglaterra, Alemanha, Bélgica, Suíça, América, Canadá, Nova Zelândia e Austrália. Estes países têm uma forte tradição e costume de fazer feriados equestres. A empresa também recebe uma percentagem de público nacional, mas em pequeno número isto porque o público português não tem o hábito de fazer este tipo de férias.

Em Portugal, a tradição do turismo equestre engloba mais a *Dressage* (ensino equestre clássico) devido ao facto da raça portuguesa “Cavalo Lusitano” ser um cavalo tipicamente barroco que tem características que o tornam por excelência um cavalo de ensino “Dressage”. Por este motivo, a maior parte das instalações equestres portuguesas estão especializadas nesta disciplina, tendo em conta que são estas mesmas empresas que promovem o turismo equestre em Portugal.

No que diz respeito ao sexo e idade dos turistas que procuram a Ecotura, é maioritariamente composto pelo público feminino, entre os 30 e os 70 anos, isto porque nos países acima mencionados existe uma maior tradição na adesão do público feminino à equitação de lazer, abrangendo também, obviamente, o público masculino e jovem, mas num número menor.

Devido ao tipo de atividade que a Ecotura promove, o público-alvo que escolhe e prefere este tipo de programas, é aquele que gosta de atividades de natureza, aventura e animais. É um público que se preocupa com o ambiente, que gosta de voltar às origens, de programas cheios de cultura e história. Este nicho de mercado prefere a montanha e o sossego do campo à confusão da cidade, gosta de umas férias tranquilas que não envolvam muita gente e que tem especial interesse e preferência pelo Parque Nacional da Peneda Gerês.

### 3- Dinamizar e Reabilitar a Ecotura

A Ecotura existe há 14 anos, sofrendo algumas alterações desde o início, num ajuste constante e necessário às necessidades dos clientes, bem como dos próprios proprietários.

Inicialmente, a Ecotura trabalhava simplesmente com o público português, mas com o surgimento da crise económica de 2008, este caiu drasticamente. A Ecotura encontrava-se numa situação complicada que teria de ser resolvida e, como solução, decidiu começar a trabalhar com alguns operadores estrangeiros, sendo o primeiro na Alemanha.

No início, a empresa desenvolvia programas tanto na área dos cavalos como na área dos passeios pedestres com interpretações de botânica. Com a evolução da empresa, o foco principal tornou-se os cavalos e tudo o que os rodeia.

O número de operadores evoluiu e a Ecotura começou a trabalhar com vários países, principalmente com aqueles em que os turistas procuram férias equestres.

No início, a empresa associou-se a alguns hotéis, alojamentos e restaurantes locais porque era necessário oferecer alojamento e alimentação durante o pacote de férias de 7 dias.

Depois de receber feedback dos clientes, a Ecotura começou a perceber que, no geral, o que estava a falhar, era o alojamento e a alimentação, porque não tinha as condições necessárias e o serviço fornecido pelos parceiros não estava de acordo com as expectativas. Para resolver este problema, surgiu a ideia de reabilitar uma aldeia que estava abandonada. A empresa começou por adquirir e reconstruir uma única casa e atualmente já possui oito das dez casas existentes na aldeia. Neste alojamento são oferecidos pequenos-almoços personalizados com produtos típicos e naturais e 90% das refeições são preparadas pela própria empresa e adequadas às restrições do cliente.

A Ecotura é uma empresa de sucesso, mas infelizmente tem muitas falhas que a impedem de ter ainda mais sucesso e, por isso, a importância deste projeto para dinamizar e reabilitar a empresa. O projeto vai focar-se nos pontos que já existem, mas que precisam de ser melhorados, bem como criar e desenvolver novas ideias para que a empresa possa crescer e obter mais lucro de forma sustentável.

O projeto estará focado em dois pontos fulcrais:

1. A ampliação do leque de atividades;
2. A reestruturação das Casas de Campo.

A ampliação do leque de atividades é muito importante para que a Ecotura possa crescer economicamente. A proposta oferece a possibilidade de expandir e aumentar o público-alvo. Com a criação de novos programas será possível impulsionar e melhorar as férias equestres, desenvolver novos pacotes de férias, tais como "Férias de Yoga" e as "Farm Holidays", sendo possível atrair novos públicos e novos nichos, abrindo assim a porta a novas oportunidades.

A proposta de reestruturação de casas visa tornar as casas mais amigas do ambiente. Atualmente o turista é mais exigente quando se trata de procurar e escolher lugares para férias pois querem algo mais "verde e ecológico". É importante que a empresa adquira este nível para que desta forma possa chamar mais a atenção do turista no momento da escolha. Assim, pretende-se criar infraestruturas de compostagem, reutilização de água, painéis solares e hortas ecológicas. Ao desenvolver todos estes parâmetros essenciais, será possível obter o rótulo ecológico "A flor", um importante instrumento de política ambiental que, por sua vez, ajudará o turista a escolher o seu pacote de férias de acordo com as suas preocupações ambientais. Será também muito relevante para a empresa como ferramenta de marketing porque será possível distinguir-se das restantes empresas do mercado, ou seja, será possível trazer mais benefícios para a empresa, para o turista, bem como para o ambiente.

Foram também consideradas propostas para otimizar os métodos de organização da empresa, melhorar o marketing da mesma bem como resolver o problema da falta de funcionários, que serão desenvolvidas no futuro juntamente com os proprietários, pois é necessário compreender em detalhe o que está a funcionar mal e no terreno, em conjunto com a equipa, encontrar soluções.

### 3.1-Propostas

#### Proposta 1- Ampliação do leque de Atividades

*De acordo com a entrevista feita aos proprietários da Ecotura "é necessário abrir o leque de programas, de forma a tornar o funcionamento da empresa sustentável, tanto a nível humano como económico. A Ecotura é uma empresa que tem muito trabalho e um número muito reduzido de colaboradores. Ao abrir o leque de atividades é possível ter mais rendimento para contratar colaboradores e, desta forma, permite que a empresa se mantenha viável, porque neste momento a viabilidade desta empresa com duas pessoas começa a ser complicada"* (Pedro e Anabela em entrevista à Ecotura- Ver Anexo 1).

Oferecer um único produto ou produtos com pouca variedade pode limitar as chances de a empresa vender mais e, assim, tornar-se mais complicado crescer e ter sucesso. Ao expandir

a oferta da empresa, é possível abrir a oportunidade de chegar a novos clientes e conquistar um mercado maior.

Ao aumentar e variar o leque de atividades é possível chegar a novos mercados e também chamar a atenção para um novo nicho de mercado, aumentando assim a procura, trazendo mais clientes e, conseqüentemente, melhorando a estabilidade financeira da empresa.

No caso da Ecotura, esta está bastante virada para o Turismo Equestre, que por sua vez é uma pequena parte do mercado do turismo. No entanto, a Ecotura é uma empresa versátil com muitas valências, que permitem desenvolver outros programas que cobrem outros nichos de mercado e que, por sua vez, seguem as tendências dos clientes. Ao desenvolver esta proposta pretende-se expandir os programas que são oferecidos e, assim, trazer mais sucesso e lucro à empresa.

Como já foi referido, a Ecotura é um negócio familiar, que inclui muitos talentos subutilizados, e com base nestes talentos propõe o desenvolvimento de um novo programa como "Férias de Yoga", "Farm Holidays " e ainda a melhoria das "*Ridding Holidays*".

Torna-se mais eficiente e concreto desenvolver estes novos programas, porque a empresa já tem quem os possa desenvolver. Através das mais valias que a empresa tem, é possível desenvolver os programas corretamente. Os vários programas foram realizados em conjunto com profissionais da área, como uma professora de yoga, um equitador e também a própria mestranda que é animadora.

### Proposta 1.1 - Melhoria do Programa "*Ridding Holidays*"

A Ecotura já inclui um programa *Ridding Holidays*, mas juntamente com os proprietários conclui-se que seriam necessárias pequenas melhorias para que o programa pudesse ser mais dinâmico, atrativo, envolvendo a região e as suas mais-valias.

O programa das *Ridding Holidays* é específico para um nicho de turismo que procura maioritariamente férias relacionadas com o mundo equestre, ou seja, procura umas férias em que 90% do tempo é passado a cavalo a conhecer a região. Um dos propósitos do cliente da Ecotura é poder montar as raças portuguesas, como o cavalo lusitano e o garrano.

Durante este programa é possível fazer passeios equestres únicos, rodeados pela extraordinária natureza do Parque Nacional da Peneda Gerês. Durante as férias o turista terá a oportunidade de observar vários tipos de animais autóctones como veados, corsos, javalis,

gado Barrosão e aves de rapina. Os bosques de carvalhos e as trufeiras demonstram o quão ricos e intocáveis são os habitats. No que diz respeito a algo único e inesquecível, é oferecida ao turista a possibilidade de seguir, estudar e observar manadas de garranos selvagens, bem como observar vestígios do lobo ibérico como pegadas, dejetos e restos de presas de caça.

Figura 7- Passeios Equestres



Fonte. Pedro Alarcão, 2018

Este programa destina-se a cavaleiros experientes que pretendem passar as suas férias na companhia do cavalo. É um nicho de mercado muito forte a nível internacional e existem inúmeros operadores especializados na área equestre que só vendem este tipo de programas de férias.

Posto isto, utilizou-se o programa original e incluíram-se algumas melhorias (tabela 3) tais como: visitas a locais de interesse na região, momentos de relaxamento, noites de cinema ao ar livre, visitas a adegas e fumeiros locais e atividades com a comunidade local.

Se o grupo for estrangeiro, durante a atividade com a comunidade local, será contratado um intérprete.

Este programa inclui atividades como:

- **Atividades Equestres:** Seleção do cavalo ideal (**anexo 2**), Passeio teste (**anexo 3**), limpeza e preparação de cavalos (**anexo 4**), manuseamento/colocação dos cavalos no campo (**anexo 5**);
- **Passeios Equestres:** *Passeios de dia inteiro*- "Visita à Necrópole Megalítica do Planalto Castro Laboreiro" (**anexo 6**), "Veigas de Castro Laboreiro" (**anexo 7**) e "Passeio do Vale dos Lobos" (**anexo 8**), *Passeios de meio dia* - "Passeio das Barrosãs" (**anexo 9**) e "Aldeia do Rodeiro" (**anexo 10**) e Sunset Ridding para localização de manadas selvagens (**anexo 11**);

- **Atividade Culturais:** Visita ao Centro Interpretativo do PNPG (**anexo 12**), visita a um fumeiro local (**anexo 13**), visita à vila de Melgaço (**anexo 14**), Visita ao Solar do Alvarinho (**anexo 15**);
- **Atividades com a comunidade local:** Visita ao Castelo de Castro Laboreiro (**anexo 16**), Pic-nic com o tio Américo com partilha de histórias (**anexo 16**) e jantar com a comunidade local (**anexo 17**);
- **Atividades de lazer:** Noites de cinema ao ar-livre e banhos de água quente em termas romanas (**anexo 18**).

Ao aperfeiçoar o programa é possível melhorar a experiência para o turista: além do turismo equestre, oferece a possibilidade de conhecer a região e desfrutar de momentos de descanso.

Os trilhos a cavalo realizados pela Ecotura são originais, reconhecidos e preparados pela empresa ao longo dos anos. Não foi possível descrever detalhadamente os trilhos nem os situar geograficamente no mapa para evitar que se repitam situações, que já ocorreram no passado, em que os trilhos são plagiados por outras empresas. Por estas razões a Ecotura prefere não divulgar informações dos mesmos.

Este programa inclui transferes, alojamento e alimentação, com o valor de Mil Quinhentos e Setenta euros (1,570€) por pessoa por semana.

Tabela 3-Programa "Ridding Holidays"

Sábado	Domingo	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado
9h00-10h00		<i>Pequeno-Almoço</i>	<i>Pequeno-Almoço</i>	<i>Pequeno-Almoço</i>	<i>Pequeno-Almoço</i>	<i>Pequeno-Almoço</i>	<i>Pequeno-Almoço</i>
10h00-11h00		Seleção do cavalo ideal	Limpeza/preparação dos cavalos	Limpeza/preparação dos cavalos	Limpeza/preparação dos cavalos	Limpeza/preparação dos cavalos	Limpeza/preparação dos cavalos
11h00-13h00		Passeio de meio dia "Planalto de Castro Laboreiro" (Passeio Teste)	Passeio de dia inteiro "Visita à Necrópole Megalítica"	Passeio de meio dia "Passeio das Barrosãs"	Passeio de dia inteiro "Veigas de Castro Laboreiro"	Passeio de meio dia "Aldeias do Rodeiro"	Passeio de dia inteiro "Vale dos Lobos"
13h00-14h30		<i>Almoço</i>	<i>Almoço</i>	<i>Almoço</i>	<i>Almoço</i>	<i>Almoço</i>	<i>Almoço</i>
14h30-16h30	Tranfers	Visita ao Centro de Interpretação de Lamas de Mouro	Continuação do passeio de dia inteiro	Visita Vila de Melgaço	Continuação do passeio de dia inteiro	Visita ao Castelo de Castro Laboreiro com o Tio Américo (pastor local)	Continuação do passeio de dia inteiro
16h30-19h00	Receção dos clientes	Sunset Ridding- Para a localização das manadas selvagens	Visita a um fumeiro local "As delicias do Planalto"	Visita ao Solar do Alvarinho em Melgaço	Banhos de água quente nas termas romanas	Picnic com um local para partilha de histórias "Contrabando"	Maneio/colocar os cavalos no campo
19h00-20h30	<i>Acomodação</i>	<i>Descanso-Banho</i>	<i>Descanso-Banhos</i>	<i>Descanso-Banhos</i>	<i>Descanso-Banhos</i>	<i>Descanso-Banhos</i>	<i>Descanso-Banhos</i>
20h30-22h00	<i>Jantar</i>	<i>Jantar</i>	<i>Jantar+Noite de cinema ao Ar livre</i>	<i>Jantar</i>	<i>Jantar</i>	<i>Jantar</i>	<i>Jantar organizado pela comunidade local</i>

Fonte: Elaboração Própria

## Proposta 1.2- Programa "Farm Holidays"

O objetivo deste programa é abrir as portas a novos nichos o que decerta forma, pode fazer a empresa crescer financeiramente, bem como dar-lhe uma nova vida.

As *Farm Holidays* destinam-se a uma faixa etária mais jovem, as crianças e adolescente dos 6 aos 16 anos. Propõe-se a criação de um pequeno Campo de Férias, nada massivo, mas algo mais relacionado com educação ambiental. O objetivo não é seguir o exemplo dos típicos Campos de Férias, mas desenvolver algo mais familiar, mais educativo, mais ecológico e relacionado com a natureza.

A comunidade local estará envolvida no desenvolvimento de programas, permitindo aos jovens interagir, partilhar experiências e adquirir conhecimentos. Ao colocar as crianças/jovens em contacto com os locais, surge a oportunidade de conhecer o dia-a-dia dos residentes, as suas tradições e costumes, ou seja, adquirir o conhecimento e a experiência do que é viver como um habitante de Castro Laboreiro.

Se o grupo de crianças/jovens for estrangeiro, durante a atividade com a comunidade local, será contratado um intérprete.

As *Farm Holidays* (tabela 4) incluem um programa desenvolvido para o público mais jovem, no qual é oferecida a possibilidade de desenvolver umas férias em ambiente agrícola, em contacto com animais e natureza.

Este programa foi criado e projetado com base numa linha mais ecológica e ambiental, desenvolvendo todas as atividades sem prejudicar o ambiente. As atividades propostas para as Farm Holidays incluem:

- **Atividades de Quinta:** o maneiio dos cavalos (**anexo 19**) e a manutenção das hortas biológicas (**anexo 20**);
- **Atividades equestres:** o batismo equestre (**anexo 21**);
- **Atividades educativas:** os ateliers de cozinha (**anexo 22**) e a plantação de hortícolas (**anexo 20**);
- **Atividades com a comunidade local:** a confeção da broa castreja no forno comunitário com a tia Olinda (**anexo 23**), a confeção de um prato típico “Bucho doce” com a Tia Sara (**anexo 24**), o passeio ao castelo na companhia do tio Américo, o pastor local (**anexo 25**) e a noite de lendas e história na presença da tia Maria e do tio Albano (**anexo 26**);
- **Atividades lúdicas:** jogos de equipa (**anexo 27**), jogos de quebra-gelo (**anexo 28**) e jogos noturnos (**anexo 29**);
- **Atividades radicais e desportivas:** canyoning (**anexo 30**), escalada em parede natural (**anexo 31**), passeios pedestres com foto safari (**anexo 32**), tiro ao arco (**anexo 33**);
- **Atividades aquáticas:** idas ao rio (**anexo 34**), stand-up Paddle (**anexo 35**) e canoagem (**anexo 35**);
- **Atividades de lazer:** Cinema ao ar livre.

As *Farm Holidays* têm a duração de uma semana, em que o público tanto poderá ser Nacional como Internacional. O programa será oferecido aos jovens como um campo de férias ou num sistema de férias em família, onde os adultos poderão usufruir das *Ridding Holidays* ou *Yoga Holidays* e as crianças das *Farm Holidays*.

Para desenvolver um campo de férias mais autêntico e cativante para os jovens, todo o campo será construído sob o tema da Era Medieval, em que as crianças dormem nas típicas tendas coloridas dos cavaleiros e em que todos os edifícios necessários serão construídos sob o mesmo tema bem como todas as dinâmicas do campo.

Figura 8- Maneio dos cavalos com crianças



Fonte: Pedro Alarcão, 2015

Este tema foi escolhido devido ao facto de, na região, existir o Castelo e inúmeros monumentos medievais. Todo o campo é rodeado por um tipo de floresta europeia que transborda misticismo e fantasia, que nos transporta com facilidade para as aventuras de cavaleiros e princesas típicas dos tempos medievais.

O programa terá uma mensagem educativa para preservar o meio ambiente, bem como para valorizar as culturas e tradições da região. Para promover a prática do exercício físico, foram inseridas atividades desportivas e radicais.

Ao elaborar os questionários aos operadores, foi-lhes perguntado se este tipo de férias teria sucesso. As respostas no geral foram positivas e muitos dos operadores estão à procura deste tipo de pacotes de férias para publicitar: *“Yes I think so, we are personally always looking for more places to offer for kids. I think it would definitely be interesting if you offer it as a type of ‘riding camp’ for young adults where they can enjoy a holiday by themselves but with supervising - Centaur Trails”* e *“Yes, the beginners/children tours have been successful on our platform- Tripaneer”*.

Este programa inclui transferes, alojamento e alimentação, com o valor de seiscientos euros (600€) por participante por semana.

Tabela 4-Programa "Farm Holidays"

	Domingo	Segunda-feira	Terça-Feira	Quarta-Feira	Quinta-Feira	Sexta-Feira	Sábado	Domingo
9h00-10h00		Pequeno-Almoço	Pequeno-Almoço	Pequeno-Almoço	Pequeno-Almoço	Pequeno-Almoço	Pequeno-Almoço	Pequeno-Almoço
10h00-13h00		"Horses Time" Maneio com os cavalos	"Water Time" Canyoning	"Horses Time" Batismo Equestre	"Farm Activities" Tratar da Horta	"Passeio Pedestre" com foto safári	"Farm Activities" Plantar hortícolas	Despedida
13h00-14h30		Almoço	Almoço	Almoço	Almoço	Almoço	Almoço	
14h30-16h00		"Playing Time" Jogos Lúdicos	"Atividades comunidade" Fazer broa Castreja com a Tia Olinda	"Water Time" Canoagem	"Horses Time" Batismo Equestre	"Kitchen Time" Confeção de bolo de courgette	"Water Time" Paddle	
16h-0017h30	Boas-Vindas/Organização de equipas	"Water Time" Ida ao Rio	"Horses Time" Maneio dos cavalos	"Water Time" Paddle	"Sports time" Escalada em parede natural	"Sports time" Tiro ao arco	"Atividades comunidade" Passeio ao Castelo com o tio Américo (Pastor local)	
17h30-19h30	Descanso /Banhos	Descanso/Banhos	Descanso/Banhos	Descanso/Banhos	Descanso/Banhos	Descanso/Banhos	Descanso/Banhos	
19h30-21h00	Jantar	Jantar	Jantar	Jantar	Jantar	Jantar	Jantar	
21h00-22h30	"Chill Time" Fogueira+ Jogos de Quebra Gelo	"Chill Time" Fogueira+ Jogos Noturnos	"Chill Time" Jogos Noturnos	"Chill Time" Cinema Night (Ar livre)	"Noite de histórias e lendas" Com a tia Maria e o tio Albano	"Chill Time" Cinema Night (Ar livre)	"Chill Time" Noite de fogueira+ música	

Fonte: Elaboração Própria

### Proposta 1.3- Programa de "Yoga Holidays for Ridders"

A ideia para este programa surgiu da evidência de que o Turismo de Yoga está em crescimento e também porque a proprietária, Anabela Moedas, é professora de yoga credenciada e cavaleira. Assim sendo, este programa será uma mais valia para a Ecotura, abrindo novas portas a novos nichos de mercado.

Este programa foi desenvolvido na linha de yoga "Hatha Yoga" - é uma linha muito centrada no trabalho de corpo, dá-se muita atenção ao correto alinhamento corporal durante o asana (postura de yoga), em conjunto com a prática de yoga a cavalo. É específico para o cliente do Turismo Equestre que pretende através do yoga melhorar a sua performance a cavalo, recuperar de pequenas tensões e dores induzidas pelas muitas horas de sela e ao mesmo tempo usufruir do bem-estar geral que o Yoga proporciona ao corpo e à mente.

Figura 9-Atividades de Yoga



Fonte: Pedro Alarcão, 2020

Segundo Anabela Moedas, professora de yoga, “a associação destas duas atividades permite não só melhorar o estilo do cavaleiro, uma vez que melhora o balanço, a confiança do cavaleiro e a postura a cavalo. Isto vai permitir que cavalo e cavaleiro se movam como um todo, minimizando as tensões quer no cavalo quer no cavaleiro. Por outro lado, o yoga com e a cavalo aumenta a qualidade da relação entre ambos e a confiança mútua. Por fim as aulas pós equitação promovem o relaxamento e diluem as tensões/dores provocadas pela atividade do dia. Muitas vezes essas tensões ou dores advêm de uma prática continuada de equitação onde não se valorizou quer a postura quer as aptidões físicas do cavaleiro.

*Este programa não só permite disfrutar de uma semana divertida e relaxante, como também proporciona ao cliente uma base para continuar a praticar yoga na sua própria casa, com o intuito de promover a sua prática a cavalo e aliviar as suas tensões.”*

Esta atividade destina-se a cavaleiros que já dominem os três movimentos a cavalo (passo, trote e galope). Não existem requisitos para o yoga sendo este adaptado para os níveis mais básicos e modificado para os níveis mais elevados.

Ao realizar este programa (tabela 5) será possível proporcionar ao turista uma experiência autêntica que juntará o mundo do yoga e o mundo dos cavalos, no paraíso do Parque Nacional da Peneda Gerês.

Este programa engloba atividades como:

- **Práticas de yoga e meditação:** Pranayamas e Meditação (**anexo 36**), Yoga de recuperação (**anexo 37**), Yoga para melhorar a postura (**anexo 38**), Aula de yoga (**anexo 39**);

- **Yoga com cavalos (anexo 40);**
- **Passeios Equestres:** Passeios de meio-dia “Aldeia do Rodeiro” (**anexo 10**), passeio de dia inteiro “Visita à Necrópole Megalítica do Planalto Castro Laboreiro” (**anexo 6**), Passeio “Planalto de Castro Laboreiro” (**anexo 3**) e Sunset Ridding (**anexo 11**);
- **Passeios Pedestres:** Passeios sensoriais e meditativos (**anexo 41**);
- **Atividades com a comunidade local:** Lanche com comunidade local com a partilha de histórias e tradições (**anexo 16**) e o passeio pedestre ao castelo com a interpretação do Tio Américo, o pastor local (**anexo 16**);
- **Atividades culturais:** Visita às Portas do PNPG (**anexo 12**) e visitas às adegas locais (**anexo 42**).

Se o grupo for estrangeiro, durante a atividade com a comunidade local, será contratado um intérprete.

De acordo com os questionários aplicados aos operadores será uma atividade com sucesso e que, além disso, tem bastante procura: “Yes, a lot of people ask about this type of trips, I think it is definitely something that has promise for the future - **Centaur Trails**”.

“Yes, I think this would have a great success as both activities (Yoga and Horse Riding) are very popular amongst our customers - **Tripaneer**”.

Este programa inclui transferes, alojamento e alimentação, com o valor de Mil Quatrocentos e Setenta euros (1,470€) por pessoa/por semana.

Tabela 5- Programa "Yoga Holidays for Ridders"

	Sábado	Domingo	Segunda-Feira	Terça-Feira	Quarta-feira	Quinta-Feira	Sexta-Feira	Sábado
7h45-8h15		Pranayamas e Meditação	Pranayamas e Meditação	Pranayamas e Meditação	Pranayamas e Meditação	Pranayamas e Meditação		
8h15-9h00		"Yoga" para melhorar a postura a cavalo	"Yoga" para melhorar a postura a cavalo	"Yoga" para melhorar a postura a cavalo	"Yoga" para melhorar a postura a cavalo	"Yoga" para melhorar a postura a cavalo	Pranayamas e Meditação	
9h00-10h15		Pequeno-Almoço	Pequeno-Almoço	Pequeno-Almoço	Pequeno-Almoço	Pequeno-Almoço	Pequeno-Almoço	Pequeno-Almoço
10h15-13h00		"Yoga com cavalos"	"Yoga com cavalos"	"Passeio pedestre" com meditação	"Yoga com cavalos"	"Passeio Pedestre" ao Castelo com o tio Américo (pastor local)	Passeio Equestre "Visita à Necrópole Megalítica"	Despedida
13h00-14h15		Almoço	Almoço	Almoço	Almoço	Almoço	Almoço	Transferes
14h15-17h00	Receção dos clientes	Visita ao Centro de Interpretação de Lamas de Mouro	Passeio Equestre "Planalto de Castro Laboreiro"	Passeio Equestre "Aldeias do Rodeiro"	Visita às adegas "Quinta de Soalheiro"	"Aula de Yoga"	Passeio Equestre "Visita à Necrópole Megalítica"	
17h00-18h15	Transferes	"Aula de Yoga"	"Aula de Yoga"	Lanche com a tia Maria e o tio Albano com histórias de "Contrabando"	"Aula de Yoga"	Sunset Ridding- Para a localização das manadas selvagens	"Yoga de recuperação"	
18h15h-20h00	Acomodação dos clientes	Tempo Livre	Tempo Livre	Tempo Livre	Tempo Livre	Tempo Livre	Tempo Livre	
20h00-21h30	Jantar	Jantar	Jantar	Jantar	Jantar	Jantar	Jantar	

Fonte: Elaboração Própria

## Proposta 2- Restruturação das Casas de Campo de João Alvo

Em 2014 a Ecotura comprou a primeira casa na aldeia de João Alvo e atualmente tem dez dos doze edifícios existentes na aldeia. A primeira casa que a Ecotura comprou foi a única casa que não estava em ruínas, uma vez que já tinha sido recuperada para o turismo através de fundos comunitários. Depois de um investimento de mais de quinhentos mil euros, vários dos edifícios já estão recuperados e legalizados e outros ainda estão em processo de recuperação e legalização.

Toda a recuperação das casas foi feita de forma a manter o design original e tradicional da vila, o carácter das casas foi respeitado mantendo os materiais principais, o uso de materiais arteriais nobres, decorações com peças que realçam "o Natural" e valorizam o espaço, a originalidade dos detalhes é evidente em quase todas as divisões, a luz natural é uma constante e dá vida ao granito que caracteriza os edifícios da região e a recuperação quase cirúrgica dos materiais originais mantém a personalidade.

Ao desenvolver este projeto, a Ecotura criou um plano de negócios que envolve os outros negócios locais, desenvolveu uma filosofia de trabalho que respeita o local e a natureza, criou um espaço que usa a traça da região como uma mais-valia e dotou os interiores de todo o conforto necessário para oferecer um turismo de qualidade.

Figura 10- As casas da Aldeia de João Alvo



Fonte: Google Earth/ Elaboração própria

Desta forma é possível que a Ecotura ofereça aos seus clientes dos vários programas, os seus próprios alojamentos sofisticados, personalizados e de qualidade.

Embora as casas já estejam construídas com base numa filosofia ecológica, esta proposta visa aglomerar mais soluções que faltam e são necessárias para reduzir os efeitos negativos que o turismo pode trazer e ainda tornar a casa apta para que no futuro possa adquirir o rótulo ecológico "A flor", (ver exemplo **anexo 43**). Desta forma as casas podem ser consideradas oficialmente ecológicas.

"A flor" é um rótulo ecológico que certifica a qualidade ambiental do alojamento turístico e promove a divulgação dos alojamentos com elevada eficiência ecológica e baixo impacto ambiental.

Atualmente com a preocupação existente com o meio ambiente, o turista começou a escolher os locais para férias de acordo com as medidas e preocupações que o local ou a empresa tem para com o ambiente. Demonstrando que a Ecotura se preocupa com estes detalhes está-se a acrescentar valor aos alojamentos, bem como à empresa em geral.

Esta proposta visa implementar em várias casas sistemas de reciclagem e compostagem, inserir produtos de limpeza e higiene ecológica e biodegradável, sistemas de recolha de águas pluviais para irrigação, painéis solares para aquecimento da casa e água, sistemas de luz ecológica com sensor de movimento e hortas ecológicas. Os custos envolvidos nesta proposta constam da tabela 6.

*Tabela 6-Orçamento para a reestruturação das casas*

<b>Material</b>	<b>Preço</b>
Reciclagem pack 3	29,99€ x4 packs = 119,96€
Compostagem 30L	99,99€ x 3 baldes 30l = 299,97€
Cisterna 2,800L	2,879€ x 2 cisternas=5.758€
Painéis Solares	3.000€
Luzes Ecológicas c/sensor	30,00€ por sensor x 50 lâmpadas= 1.500€
Produtos Eco pack por cliente	12,00€
Horta feita em caixa de madeira (8 caixas) + vedação	500,00€
<b>Valor Total:</b>	<b>11.189,93 €</b>

*Fonte-Elaboração Própria*

## 4-Modelo de Negócio

### 4.1- Segmento do cliente

No que diz respeito à segmentação do mercado consumidor, a Ecotura pretende abranger diferentes segmentos de clientes de acordo com o pacote de férias que promove.

*Férias Equestres:* Público feminino e masculino, nacional ou internacional, com idades compreendidas entre os 20 e os 65 anos, com gosto por andar a cavalo em plena natureza no Parque Nacional da Peneda Gerês.

*Férias de Yoga:* Público feminino e masculino, nacional ou internacional, com idades compreendidas entre os 20 e os 65 anos, com gosto pela prática do yoga e pelo mundo equestre, com preferência por retiros no Parque Nacional da Peneda Gerês.

*Farm Holidays:* O público feminino e masculino, nacional ou internacional, com idades compreendidas entre os 6 e os 16 anos, com interesse em natureza e em adquirir novos conhecimentos, com preferência no Parque Nacional da Peneda Gerês.

### 4.2- Proposta de valor

De acordo com Osterwalder & Pigneur (2011), a proposta de valor é um conjunto de produtos e serviços que permitem desenvolver valor e importância para um segmento específico de público. Para que seja possível saber o que será a nossa proposta de valor é necessário fazer as seguintes questões “*Que valor damos ao cliente?*”; “*Qual é o problema que estamos a resolver?*”; “*Que necessidades estamos a satisfazer?*”.

Perante isto, a proposta de valor da Ecotura divide-se em dois aspetos, ou seja, nas mais-valias que traz ao cliente e à empresa.

Para o cliente, este terá mais escolha em relação aos programas de férias. As férias são mais abrangentes e dinâmicas, sendo possível dar a oportunidade a outros nichos de mercado para desfrutar de umas férias com a Ecotura, o cliente será alojado em acomodações ecológicas, personalizadas e tradicionais.

Quando o cliente marcar as férias com a empresa e com os operadores, a única preocupação será agendar o voo porque a empresa cuida de tudo. O turista terá a possibilidade de desfrutar de umas férias maravilhosas em pleno Parque Nacional da Peneda Gerês em Portugal, rodeado pela sua natureza única onde a experiência será de acordo com expectativa com

paisagens incríveis em lugares remoto, contacto e proximidade com a comunidade local e ainda um serviço personalizado e dedicado

No que diz respeito à empresa, a proposta de valor incluiu o facto de o número de clientes aumentar, a possibilidade de abrir a porta a novos mercados, o reconhecimento nacional e internacional, uma nova dinâmica e um aumento do orçamento.

### 4.3- Canais

Os canais são os meios utilizados pelas organizações para manter e estabelecer contacto com o cliente. É necessário ter cuidado com os canais que o segmento da empresa prefere ser contactado, quais os que funcionam melhor e como chegar ao cliente através dos canais (Osterwalder & Pigneur, 2011).

Os canais utilizados para chegar ao público da Ecotura são: contactos e parcerias com operadores internacionais que divulgam a empresa e as suas atividades; a página oficial com todas as informações necessárias ao cliente; redes sociais com a divulgação de conteúdos digitais; revistas de natureza e turismo; parcerias com o Município de Melgaço e empresas locais e, finalmente, Bloggers e Instagramers para divulgar os conteúdos e as férias.

### 4.4- Relacionamento com o cliente

De acordo com Osterwalder & Pigneur (2011), este tópico é definido através da forma como a relação entre a empresa e o cliente é estabelecida. Aqui é necessário ter a informação de como cada segmento quer que a empresa estabeleça contacto e se relacione com o mesmo.

No que diz respeito ao cliente, a Ecotura pode considerar-se bem preparada, pois cada cliente é recebido de forma personalizada e dedicada. De acordo com vários testemunhos de clientes (Anexo 44) estes afirmam sentir que durante as suas férias foram tratados como se fossem da família. Durante as suas férias a Ecotura desenvolve uma grande relação com o cliente e está atenta a todas as necessidades para que o cliente se sinta bem.

Outra forma de a Ecotura manter contacto com o cliente pós-férias é através de um grupo de WhatsApp, onde estão inseridos a maioria dos clientes que já passaram férias com a Ecotura, e onde são partilhadas fotos, vídeos e conversas entre a empresa e os vários clientes.

## 4.5- Fontes de Valor

Este tópico apresenta o dinheiro que uma empresa produz através de cada segmento de cliente. Sendo necessário fazer a pergunta “Qual o valor que realmente o nosso cliente está disposto a pagar pelo produto?” (Osterwalder & Pigneur, 2011).

No modelo de negócio desenvolvido para o projeto, as fontes de receita surgirão através de dois fatores diferentes: a venda dos vários programas de férias e as receitas de arrendamento dos alojamentos turísticos.

As vendas dos programas de férias serão feitas através dos operadores internacionais ou diretamente com a empresa através do site oficial. Se for feito através dos operadores, estes recebem uma percentagem de 20 % do valor. Cada pacote de férias inclui alimentação, alojamento e transferes por pessoa, por semana (ver valor atribuído a cada programa de férias no Anexo 45).

O segundo fator que contribuirá para as fontes de receita, será o valor recebido através do arrendamento dos alojamentos turísticos. Os valores definidos para as acomodações são: Quarto Single a sessenta e cinco euros (65€) por noite; Quarto Duplo normal a oitenta euros (80€) por noite e o Quarto Duplo Premium a cento e vinte euros (120€) por noite.

## 4.6- Recursos chave

Os recursos chave possibilitam que a empresa possa criar e oferecer a sua proposta de valor. Para que isto seja possível os recursos podem assumir várias formas tais como: física, intelectual, humana e financeira e podem ser possuídos ou alugados (Osterwalder & Pigneur, 2011)

No caso da Ecotura será necessário:

**Recursos Físicos:** Material para as várias atividades, material digital e material para a casa. Embora grande parte do material já exista é necessário estar sempre em bom estado para que não haja acidentes, por isso é essencial continuar sempre a atualizar o material em questão. A descrição dos recursos físicos necessários encontra-se no anexo 46.

**Recursos Humanos:** Equipa funcional e dinâmica que engloba 5 colaboradores fixos e 6 estagiários rotativos.

**Recursos Intelectuais:** Equipa com formação profissional e especializada nas áreas de equitação, yoga, animação, hotelaria e natureza, com um bom nível linguístico, boas capacidades de comunicação, bom espírito de equipa e carta de condução.

**Recursos Financeiros:** Fundo necessário para despesas fixas e variáveis. Os montantes atribuídos às diferentes despesas estão descritos no anexo 46.

#### 4.7- Atividade Chave

De acordo com Osterwalder & Pigneur (2011), este tema está relacionado com as competências na realização das ações necessárias para desenvolver valor para o cliente de forma a alcançar o sucesso.

As principais atividades da Ecotura que lhe permitirão criar valor para o cliente são as seguintes: aumentar e impulsionar o leque de atividades, de forma a alcançar novos nichos de mercado e aumentar os lucros da empresa; e melhorar as casas de campo de forma a ficarem mais sustentáveis e ecológicas, para que seja possível adquirir reconhecimento no mercado de turismo e dos alojamentos sustentáveis e ainda obter um rótulo ecológico.

#### 4.8- Parcerias Chave

Este tópico abrange as principais redes de fornecedores e parceiros que permitem que o modelo de negócio funcione, ou seja, as alianças que a empresa precisa de fazer para melhorar a sua oferta de forma a ter mais vantagens do que desvantagens (Osterwalder & Pigneur, 2011).

Existem quatro tipos de relacionamento que podem ser desenvolvidos com a empresa parceira, tais como:

- Alianças estratégicas (entre competidores)
- *Joint Ventures* (para desenvolver o negócio)
- Coopetição (parcerias estratégicas entre concorrentes)
- Relação comprador-fornecedor (para garantir suprimentos confiáveis)

No caso da Ecotura, as parcerias desenvolvidas são, nomeadamente de *Joint Ventures*, de Coopetição e de relação comprador-fornecedor. O objetivo da empresa é desenvolver e expandir o negócio da Ecotura com a ajuda de outras empresas ou organizações, utilizando a promoção e divulgação, possibilitando a ampliação do negócio. Outro foco está nas parcerias estratégicas com outras empresas da região para que possam trabalhar e apoiar-

se mutuamente, expandindo o mercado e, finalmente, garantir que os fornecimentos necessários para pacotes de férias são fiáveis.

- Operadores Internacionais (*Joint Ventures*);
- Câmara Municipal de Melgaço (*Joint Ventures*);
- Solar do Alvarinho, Fumeiro Delícias do Planalto, Quinta de Soalheiro (Coopetição, Relação comprador-fornecedores);
- Melgaço Radical (Coopetição, Relação comprador-fornecedores);
- Montes do Laboreiro (Coopetição, Relação comprador-fornecedores);
- Bloggers, Revistas e Instagramers (*Joint Ventures*).
- Restaurante Mira Castro (Relação comprador-fornecedores);

#### 4.9- Estrutura de Custos

A estrutura dos custos no modelo de negócio é a descrição de todos os custos mais importantes introduzidos no funcionamento do modelo de negócio específico, ou seja, os recursos mais caros e quais são as atividades-chave mais caras. (Osterwalder & Pigneur, 2011).

A estrutura de custos feita para a Ecotura engloba os custos fixos e os custos variáveis necessários para que o negócio aconteça.

Os custos fixos englobam: o pagamento dos cinco funcionários fixos bem como a dormida e alojamento dos estagiários; a água e a eletricidade proveniente do estábulo e das casas de turismo; a alimentação disponibilizada ao cliente durante as férias; a alimentação dos cavalos bem como o gasóleo para as várias deslocações (Ver Anexo 47).

Enquanto os custos variáveis incluem o Marketing, a reabilitação inicial das casas de turismo, a manutenção dos veículos, a compra do material tecnológico bem como a compra do material para as Farm Holidays (Ver Anexo 47). Com base no Modelo de Canvas de Osterwalder elaborou-se o o Modelo Canvas de acordo com os parâmetros da ecotura (Ver Anexo 48).

## Capítulo IV - Considerações Finais

### 1- Análise de Resultados

Para obter resultados, foram utilizados as entrevistas e os questionários como forma de investigação qualitativa. Ao utilizar este tipo de metodologia é possível compreender as motivações, interpretar comportamentos e tendências, identificar hipóteses para um problema e descobrir opiniões e expectativas dos indivíduos. Isto visa compreender e gerir melhor o desenvolvimento dos programas.

#### 1.1. Entrevista à Ecotura

O principal objetivo da entrevista era perceber quais eram os pontos fortes e fracos da empresa e o que poderia ser melhorado para torná-la mais bem-sucedida.

Foram colocadas várias questões (ver anexo 1), tais como: *“O que faz em concreto a empresa Ecotura? Qual o objetivo da criação da Ecotura? Qual é a principal filosofia da empresa? Quais os pontos fortes e fracos da empresa? Como é que surgiu a ideia as casas, qual o objetivo, quais são as práticas que lá desenvolvem? Quais são as práticas ecológicas que se desenvolvem na Ecotura? O que traz a Ecotura de inovador para a região? Como são as relações com os clientes e operadores e como são desenvolvidas? O que é necessário melhorar e desenvolver na empresa?”*.

A primeira parte das perguntas foi feita para conhecer melhor a empresa e, assim, ter material concreto para quando fosse necessário caracterizar e descrever a empresa.

A segunda parte das perguntas foi a mais importante porque estas são as razões para a criação deste projeto.

Com isto, a entrevista foi conduzida com sucesso, tendo capturado todo o material necessário para desenvolver propostas de reabilitação e dinamização.

Enumeradas pelos proprietários, os pontos fortes são: o facto de serem extremamente dedicados para que seja possível ter um atendimento personalizado ao público de elevada qualidade. Ressaltam-se as atividades oferecidas, da alimentação, dos alojamentos, da decoração, da qualidade dos cavalos e do seu ensino e, finalmente, do cuidado especial com produtos utilizados para a confeção das refeições.

No que diz respeito às fragilidades, os entrevistados enumeram vários problemas como: a baixa diversidade de programas, o marketing pouco ou quase inexistente, a falta de parcerias e a grande dificuldade em encontrar trabalhadores com alguma formação que permaneçam na empresa.

Perante isto, os proprietários referiram que seria necessário melhorar a diversidade dos programas existentes, melhorar a gestão da empresa para que as atividades e obrigações sejam otimizadas, desenvolver parcerias para que seja possível trazer mais colaboradores para as áreas de alimentação, alojamento e manutenção de estábulos e cavalos.

Foi também referido pelos entrevistados que é importante melhorar, impulsionar e aumentar o leque de atividades, de forma a tornar a empresa sustentável, tanto económica como humanamente. Isto porque, se houver mais rendimento, é possível empregar mais trabalhadores porque a Ecotura é uma empresa que tem muito trabalho e um pequeno número de trabalhadores. Os proprietários alegam que, neste momento, a viabilidade da empresa está a tornar-se impraticável com apenas duas pessoas.

## 1.2. Questionários aos Operadores

O objetivo do questionário é, através dos operadores que trabalham com a Ecotura, absorver informação sobre o público-alvo, pacotes mais vendidos, feedback e a sua opinião sobre a expansão das atividades oferecidas.

O questionário foi todo estruturado em inglês, com perguntas objetivas e de resposta aberta para que o operador possa dar a sua opinião e ainda partilhar o máximo de informação (Ver Anexo 51).

Foram recolhidos todos os oito contactos dos operadores internacionais que trabalham com a Ecotura (Anexo 49) o contacto foi feito através da troca de e-mails (Anexo 50) e todos os contactos responderam ao questionário (Anexo 51). Foram também fornecidas informações adicionais, como o feedback dos clientes de 2018 e 2019 (Anexo 44).

As perguntas dirigidas aos operadores foram as seguintes: *“Nome do Operador? País? Que tipo de férias anunciam? Relativamente à Ecotura qual é o pacote de férias mais vendido? Quais são os países que mais vendem para Ecotura? Qual é o público-alvo? O que distingue a Ecotura das outras empresas? Qual é o número médio de dias que o cliente marca? Qual é o feedback do cliente? Se é normal o cliente remarcar as férias? Se a Ecotura começar a*

*anunciar férias de Yoga com cavalos, acha que teria sucesso? Se a Ecotura começar a anunciar Farm Holidays para crianças, acha que teria sucesso?”*

Os operadores inquiridos foram os seguintes: In the Saddle (Reino Unido); Centaur Trails (Holanda); Perlenfaenger (Alemanha); Trailfinders Ridding Holidays (Bélgica); Tripaneer (Holanda); Far and Ride (Reino Unido); Paardenpas (Holanda); Hight Point Tours (América).

Os operadores questionados operam em países como os Países Baixos, o Reino Unido, a Bélgica, a Alemanha e os Estados Unidos da América e todos eles vendem feriados equestres.

Quando questionados sobre qual o pacote que era, em média, o mais vendido, todos os operadores responderam às férias equestres “Wolves and Wild Horses” e as férias para principiantes “Ridding Clinics”, programas com oito dias e sete noites.

Quanto ao público-alvo, a resposta foi unânime: público feminino entre os 35 e os 60 anos da América, Holanda, Hong Kong, Reino Unido, Suíça, França, Alemanha, Bélgica e Escandinávia.

Os operadores enumeraram várias razões pelas quais a Ecotura difere de outras empresas, sendo estas: o destino com uma beleza natural e vida selvagem única; o facto de a empresa desenvolver programas de férias em que promovam a proteção do ambiente; a forma como os anfitriões recebem o cliente; alojamento e comida tradicional e a forma como os cavalos são apresentados e tratados.

No que diz respeito ao reagendamento de férias, a resposta dada foi a mesma: não é normal neste tipo de mercado que o cliente re programe as férias para o mesmo local (acontece, mas é muito raro) mesmo que os operadores apelem e o feedback geral do cliente em relação à Ecotura seja classificado como Excelente. O nicho de mercado de férias equestres prefere marcar diferentes férias todos os anos, a fim de reunir o melhor de ambos os mundos, andar a cavalo e descobrir novos locais e países.

Quando questionados sobre a possibilidade de a Empresa anunciar férias de yoga com cavalos, sete dos operadores responderam que seria um excelente pacote de férias que teria sucesso e que há muita procura por parte dos clientes. O oitavo operador como não vende este tipo de pacotes de férias respondeu que não saberia se teria sucesso ou não.

No que diz respeito à possibilidade de anunciar as Farm Holidays para crianças, 5 dos operadores responderam que se trata de um pacote de férias com procura, que bem anunciado poderia ter sucesso, mas salientaram que é necessário ter cuidado para não juntar

os adultos com crianças. Para os outros três operadores, estes afirmam que não é o seu mercado-alvo pois vendem exclusivamente férias para adultos.

Em suma, com a conclusão da análise dos questionários (anexo 52), foram obtidos os resultados necessários. Embora o número de resposta fosse pequeno, foram muito úteis, objetivas e claras. Os questionários foram especialmente dirigidos aos operadores porque ninguém melhor do que os operadores para responder a este tipo de questões mais específicas sobre o cliente atual e a opção de futuros nichos e mercados.

Assim, considerando que este projeto traz dinamismo à Ecotura e promove a sustentabilidade e o desenvolvimento local, podemos tecer algumas considerações acerca das seguintes linhas de análise e intervenção:

- No Planalto do Laboreiro: Turismo e Educação Ambiental
- Entre a Serra e o Rio com o Garrano e o Lusitano- Desporto e Bem-Estar
- Na Inverneira Dejanalvre- Turismo com a comunidade castrense

## 2- No Planalto do Laboreiro: Turismo e Educação Ambiental

O turismo tem gerado uma forte preocupação em relação ao ambiente porque é visto como um fator de destruição e sobrevalorização dos recursos ambientais, como já vimos anteriormente.

O turismo sustentável desempenha um papel muito importante na conservação do ambiente, uma vez que desenvolve a qualidade de vida das comunidades envolvidas, gera rendimentos que podem ser utilizados para melhorar e impulsionar os recursos existentes, bem como criar métodos para conservar as próprias áreas, valorizar tradições e ainda gerar empregos. Para desenvolver um turismo sustentável, deve haver uma utilização e gestão adequadas dos recursos para alcançar necessidades económicas, sociais e culturais, preservando simultaneamente a integridade social e cultural, os processos ecológicos, bem como a biodiversidade ecológica das gerações presentes e futuras (Muhanna, 2006).

Com tudo o que o mundo enfrenta atualmente no que diz respeito aos problemas ambientais e à destruição do planeta em que vivemos, é necessário que a sociedade tome medidas e comece a pensar de uma forma mais consciente e sensibilizada. Assim, o turismo pode dar um importante passo o "primeiro passo" criando projetos e equipamentos turísticos com menos impacto ambiental, apelando à consciencialização ambiental, utilizando a educação ambiental para fomentar o respeito e a interação com a natureza. Ao dinamizar e reabilitar a

Ecotura, pretende-se impulsionar ainda mais este aspeto do turismo para que, de certa forma, comecemos a ver a ligação entre o turismo e o ambiente como algo positivo que só traz vantagens se for desenvolvido e gerido corretamente.

Como já foi referido, a Ecotura localiza-se em pleno Parque Nacional da Peneda Gerês, ou seja, um verdadeiro paraíso para o mundo do turismo, especialmente para o turismo mais especializado e direcionado para o ambiente e natureza. O projeto é pensado e elaborado de forma ecológica, desde os novos programas, às casas turísticas e à alimentação. Ao realizar todas as atividades pretende-se passar uma mensagem de conservação e preservação ambiental e assim sensibilizar o turista que passa pela Ecotura. Através das atividades que são oferecidas a mensagem ecológica é transmitida direta ou indiretamente através de vários comportamentos, tais como: a educação ambiental, viaturas apenas para a circulação dos clientes, o uso de produtos locais para confeção de refeições, o uso de produtos de higiene naturais nos alojamentos turísticos, remoção de todo o material plástico não reutilizável (por exemplo garrafas de água), substituição dos descartáveis, nos piqueniques, por materiais laváveis, os resíduos orgânicos são transformados em compostagem e utilizados nas hortas ecológicas e, finalmente, há todo o respeito pelo meio ambiente, nos trilhos para não deixar rasto.

Segundo Ferreira et al (2019) a Educação Ambiental tem como objetivo promover a formação relacionada com os problemas ambientais, bem como sensibilizar a sociedade para os problemas que a natureza enfrenta e assim definir orientações para os combater. Esta formação e sensibilização deve ser abordada durante a infância e a adolescência, de forma a preparar e educar a nova geração para viver em sociedade e proteger o ambiente.

Na génese da Ecotura foram desenvolvidos programas de turismo de natureza cujo objetivo era, através de atividades específicas, a conservação e proteção do lobo ibérico.

Todos os pacotes de férias concebidos e programados ao longo dos anos pela Ecotura têm como principal objetivo apelar à consciencialização da sociedade para os problemas que o ambiente enfrenta atualmente. A filosofia da empresa é tirar partido da natureza, mas não deixar marcas da presença humana onde quer que vá. É possível encontrar mensagens ecológicas em tudo o que a empresa desenvolve e promove, desde as atividades equestres e pedestres até aos alojamentos turísticos.

No que diz respeito ao projeto de reabilitação da Ecotura, a mensagem para a conservação e proteção do ambiente continua presente nas “Riding Holidays”, “Yoga and Riding Holidays”, “Farm Holidays” e na reabilitação da Aldeia de João Alvo. Desta forma, é possível desenvolver e estimular a sociedade, de modo que tenham a perceção de que os problemas ambientais

não devem ser confrontados com neutralidade, mas sim resolvidos, através da mudança de mentalidades.

Embora todas estas propostas transmitam uma mensagem de educação ambiental é na proposta das "Farm Holidays " que este conceito é mais evidente. Este programa visa estimular crianças e jovens para a preservação ambiental, através de jogos e atividades lúdicas. Durante as " Farm Holidays " os jovens serão sensibilizados para as questões ambientais, compreendendo os efeitos das atividades humanas no meio ambiente e com base neste entendimento desenvolver comportamentos e mentalidades para melhorar ou alterar condutas nocivas.

No que diz respeito às comunidades locais, este projeto também será bastante significativo porque, embora a Ecotura já faça a diferença ao trazer turistas para a zona de Castro Laboreiro, pretende-se que o impacto positivo seja ainda maior para as comunidades locais: aumento do rendimento local, parcerias com outras empresas locais, maior envolvimento da comunidade local no projeto, possibilidade de fixação dos mais jovens e promoção da partilha de conhecimentos.

### 3-Entre a Serra e o Rio, com o Garrano e o Lusitano - Desporto e Bem-Estar

Segundo Ferreira et al (2019) a Educação Ambiental tem como objetivo promover a formação relacionada com os problemas ambientais, bem como sensibilizar a sociedade para os problemas que a natureza enfrenta e assim definir orientações para os combater.

Esta formação e sensibilização deve ser abordada durante a infância e a adolescência, de forma a preparar e educar a nova geração para viver na sociedade e proteger o ambiente (Ferreira et al, 2019).

A Ecotura foi criada com o intuito de desenvolver programas de turismo de natureza, nas quais o objetivo era desenvolver atividades destinadas à conservação e proteção do lobo ibérico.

Todos os pacotes de férias concebidos e programados ao longo dos anos pela Ecotura têm como principal objetivo apelar à consciencialização da sociedade para os problemas que o ambiente enfrenta atualmente. A filosofia da empresa é tirar partido da natureza, mas não deixar marcas da presença humana onde quer que vá.

É possível encontrar mensagens ecológicas em tudo o que a empresa desenvolve e promove, desde as atividades equestres e pedestres até aos alojamentos turísticos.

No que diz respeito ao projeto de reabilitação da Ecotura, a mensagem para a conservação e proteção do ambiente continua presente nas “Riding Holidays”, “Yoga and Riding Holidays”, “Farm Holidays” e na reabilitação da Aldeia de João Alvo. Desta forma, é possível desenvolver e estimular a sociedade, de modo que tenham a percepção de que os problemas ambientais não devem ser confrontados com neutralidade, mas sim resolvidos, através da mudança de mentalidades.

Embora todas estas propostas transmitam uma mensagem de educação ambiental é na proposta das "Farm Holidays " que este conceito é mais evidente

Este programa visa estimular crianças e jovens para a preservação ambiental, através de jogos e atividades lúdicas. Durante as " Farm Holidays " os jovens serão sensibilizados para as questões ambientais, compreendendo os efeitos das atividades humanas no meio ambiente e com base neste entendimento desenvolver comportamentos e mentalidades para melhorar ou alterar condutas nocivas.

Os jovens são o futuro da sociedade atual e para que possam tirar partido da natureza como as gerações passadas e atuais é necessário tomar e adotar novas medidas e procedimentos. Os jovens são a salvação e a esperança do nosso planeta, por isso é tão importante educá-los e sensibilizá-los para estas questões.

Daí a importância de todas as mensagens e comportamentos adotados pela Ecotura, mas principalmente pela iniciativa de desenvolver programas para alertar os jovens sobre os graves problemas que a natureza enfrenta, é necessário entender que está nas mãos dos jovens para salvar o planeta.

#### 4- Na Inverneira Dejanalvre- Turismo com a comunidade Castrense

Com o objetivo de aumentar a capacidade de alojamento em regiões e locais onde praticamente não há hotelaria, o Turismo Rural utiliza estabelecimentos familiares transformados em turismo de habitação, turismo rural e agroturismo. O T.R é uma atividade com grande potencial e com capacidade para fazer mudanças económicas e melhorar a qualidade de vida das pessoas que vivem em áreas rurais. Este tipo de turismo também contribui para o estímulo de atividades produtivas rurais, como produtos agrícolas, vestuário, transporte e artesanato (Sanchez & Schmidt, 2016).

Atualmente a Ecotura está a desenvolver um grande projeto de turismo rural, que começou pela aquisição de uma das casas inserida numa das aldeias abandonadas de Castro Laboreiro. João Alvo (ou Dejanalvre como antigamente se chamava) e atualmente tem dez das doze habitações existentes na aldeia. Algumas casas já estão registadas como casas de campo, outras estão em processo de legalização, todas elas foram restauradas de acordo com o desenho original da região preservando todas as suas características únicas.

Uma das propostas sugeridas é a reabilitação das mesmas casas de forma a torná-las mais ecológicas, tentando reduzir os efeitos que o turismo causa no ambiente e atender às novas motivações e preocupações do atual turista. Com este projeto é possível diferenciar os alojamentos da Ecotura de outros tipos de alojamento, atraindo mais turistas para a região, o que por sua vez melhora a qualidade de vida da população ao mesmo tempo que recupera, preserva, valoriza e potencia o património cultural da região.

Segundo a UNESCO, o património etnográfico é o conjunto de criações emanadas de uma comunidade cultural fundada na tradição e que é expressa por um grupo ou indivíduo. Este conjunto de tradições responde à expressão da identidade cultural e social da comunidade.

Atualmente o turismo promove a conservação e utilização do património cultural, satisfazendo as necessidades da comunidade local. O turismo e o património etnográfico favorecem em conjunto a reavaliação do património e desenvolvimento da economia através da cultura (Oliveira, 2017).

Inserida na região e comunidade de Castro Laboreiro, é possível encontrar várias marcas de património etnográfico, como: tradições de transumância entre as brandas e inverneiras, os fornos comunitários, o uso do traje tradicional pelas mulheres castrejas, a confeção da broa castreja e da sobremesa típica “ Bucho doce”, histórias de contrabando, lendas sobre o lobo, o castelo medieval de Castro Laboreiro, as várias pontes romanas, a necrópole megalítica do Planalto de Castro Laboreiro e os moinhos de água ao longo do rio Laboreiro.

Ao desenvolver os novos programas da Ecotura, foram inseridas várias atividades onde estão presentes as várias marcas etnográficas do património acima descritas. Ao introduzir este conteúdo em pacotes de férias, permitimos o desenvolvimento de atividades para a reinvenção ou criação de novos programas, bem como novas formas de turismo.

A região de Castro Laboreiro, é um lugar repleto de história e culturas que promovido em conjunto com o turismo, dá visibilidade à comunidade local, promover a transmissão de ideias entre a comunidade castreja e o turista, dá valor à identidade de Castro Laboreiro e, finalmente, a preservação do património existe na região.

Muito mais do que visitar o património castrense, através do desenvolvimento destas propostas, promove-se a cooperação e a coparticipação entre o turismo e a população local de Castro Laboreiro, trazendo-lhes reconhecimento e acrescentando valor aos pacotes de férias da Ecotura. Ao desenvolver as atividades com a comunidade local como por exemplo o lanche com partilha de história e tradições, o passeio pedestre com o Tio Américo, bem como as atividades culturais como as visitas às Portas do PNPG e às adegas locais está-se a fomentar e a promover o desenvolvimento pessoal do cliente. Relativamente aos mais jovens através das atividades de educação ambiental como a plantação de hortícolas, o maneio dos cavalos, a manutenção da horta biológica e também com algumas das atividades desenvolvidas com a comunidade local como a confeção da broa castreja com a tia Olinda e a confeção do “Bucho doce” com a tia Sara, estas oferecem ao jovem a possibilidade de descobrir e desenvolver novas competências.

O turismo criativo é visto como uma experiência turística mais autêntica e significativa, onde os turistas participam nos costumes e tradições da comunidade local, englobando o património cultural da região promovendo o desenvolvimento pessoal e a descoberta de novas competências (Richards, 2005).

No desenvolvimento do turismo criativo, é necessário que haja uma participação ativa da comunidade recetora, tanto em termos de produção como de consumo, em relação à experiência turística. O novo conhecimento é obtido através da cooperação, entre o turismo e a comunidade local, sendo possível acrescentar valor ao consumo do produto turístico, a base é a coprodução e coparticipação, alterando assim os valores e o processo turístico (Richards, 2007).

Ao implementar toda a proposta em questão, é possível promover o turismo criativo, uma vez que os programas desenvolvidos visam alargar o leque de atividades e destinam-se a incluir a comunidade local e as suas tradições. Os programas sugeridos incluem visitas a adegas e fumeiros locais; ateliers com a Tia Olinda para aprender a fazer broa Castreja e bucho doce; caminhadas ao castelo com o tio Américo (pastor local), noites de histórias sobre contrabando com a tia Maria e o tio Albano, entre outros que a comunidade local venha a sugerir.

Segundo Almeida (2018) o turismo oferece a possibilidade aos turistas, de estarem ausentes do seu dia-a-dia, através de uma realidade temporária e alternativa como um "sonho", que permite ao turista ter a possibilidade de se reencontrar consigo através de um plano de realização e desenvolvimento pessoal.

Devido ao desejo de autenticidade, a qualidade e intensidade da experiência turística torna-se um ponto necessário. Ambos os fatores são fulcrais para o destino, cada vez mais o

descanso a diversão e lazer começam a ser fatores com menos valor na diferenciação do destino, isto porque se começa a dar mais importância ao que a experiência desenvolve e acrescenta ao turista (Almeida, 2018).

A Ecotura destaca-se por ser uma empresa que desenvolve programas mais alternativos, autênticos e diferenciadores no único Parque Nacional de Portugal, um lugar de tirar o fôlego, com muita história e tradição. O cliente da Ecotura procura umas férias relaxantes no meio da natureza, em lugares remotos onde é possível sentir que voltaram para as origens, em que podem reencontrar com o seu "Eu" interior e, mais importante ainda, levar consigo uma experiência que lhes encheu a alma e que as concretizou. Ao interagir com a comunidade local é possível desenvolver novas ligações, promover a partilha de tradições e costumes, conhecer diferentes formas de viver bem como dinamizar a comunicação, interação e integração.

A região do Parque Nacional da Peneda Gerês é uma excelente região para desenvolver atividades repletas de experiências, devido a todo o seu património cultural e natural e à forte tradição e costumes da comunidade local.

Durante estas atividades, a cultura e o conhecimento são partilhados entre a comunidade local e o turista, como é o caso das três propostas do programa, através das visitas a adegas e fumeiros dos locais; ao aprender a fazer pão e comidas tradicionais; caminhadas ao castelo na companhia de um local e das suas histórias e aventuras e passar a tarde com um pastor da região.

A região oferece uma beleza natural inigualável, quase mágica, visitas ao castelo e aos museus cheios de história, refeições cheias de sabores tradicionais e únicos, alojamento em casas típicas que remontam ao passado, passeios pelos bosques típicos do PNPG e os banhos de água quente em termas romanas na Galiza a poucos quilómetros da fronteira.

O facto de serem tratados como família durante a sua estadia, a natureza e paisagens envolventes do PNPG, a importância dada à proteção do meio ambiente, os programas autênticos, o contacto com as tradições e com a população local, os passeios guiados, as visitas aos solares e museus, alojamentos em locais tradicionais e místicos e por fim a comida tradicional são ~~tudo~~ fatores que levam o imaginário do turista a viajar.

Os turistas voltam a casa cheios de memórias e lembranças de umas férias onde lhes foi permitido relaxar e fugir ao quotidiano. Articulado o conteúdo dos pacotes de férias, a região e a comunidade local é possível criar uma experiência memorável para o turista. A Ecotura pretende proporcionar experiências e momentos inesquecíveis, que ofereçam aos turistas

momentos de desenvolvimento e conhecimento pessoal e contacto com outras culturas e comunidades.

A animação através da sua capacidade técnica e metodológica permite o desenvolvimento destes processos participativos e criativos, permite a otimização de recursos humanos, promove a interação social e potencia o desenvolvimento social e pessoal. A Animação Turística tem sempre a preocupação de levar a pessoa a uma interação e autodesenvolvimento que resultam da aprendizagem (Lopes, 2014).

Para aproveitar o potencial da animação, é necessário desenvolver programas criativos e apelativos para grupos específicos, fornecer conteúdo pedagógico aos programas, explicar aos indivíduos o objetivo da atividade e motivar e demonstrar satisfação. É fulcral criar um programa de animação que atenda aos desejos e necessidades de quem o procura, porque a animação é um conjunto de propósitos que permitem o desenvolvimento dos vários indivíduos envolvidos (Almeida, 2003).

Os pacotes de férias oferecidos pela Ecotura são algo que o turista atual procura muito. São férias que permitem escapar ao turismo de massas e que estão inseridas em comunidades com muita cultura e história para partilhar, como é o caso da comunidade local de Castro Laboreiro. As propostas apresentadas aproveitaram todo o potencial existente na região de Castro Laboreiro, sugerindo três novos programas de animação turística para promover a região e todo o seu património e beleza única. Os programas foram elaborados de forma criativa, única, apelativa e de acordo com o que o turista procura e precisa.

Todos os programas englobam os quatro propósitos de acordo com Quintas e Castaño (1998):

- **Educativa** - Educação ambiental, botânica e conhecimento equestre;
- **Cultural** - Permite ao turista adquirir conhecimentos sobre a cultura através das suas atividades;
- **Económica** - Gerar novos programas significa mais empregos e trazer mais turistas para a região criar mais receitas para a comunidade local, através dos restaurantes e cafés locais, por exemplo.
- **Social** - Permitem que o turista conheça novas culturas e tradições da comunidade local, preservando-a e recuperando-a.

## 5- Limitações do estudo

Dado que as informações necessárias para o desenvolvimento do projeto se basearam nas respostas dadas pelos operadores que trabalham com a Ecotura, o número de respostas obtidas foi reduzido devido ao facto de serem apenas 8 operadores internacionais.

Outra limitação encontrada deveu-se ao facto de estarmos numa situação pandémica covid-19 que engloba uma série de restrições e regras, sendo mais complicado fazer certos contactos e pesquisas presenciais.

## Conclusão

O turismo é um dos sectores mais importantes para a economia nacional e há que sublinhar que a sociedade está a mudar em relação à forma como pensa e à forma como se comporta. É necessário que alguns tipos de turismo se adaptem e que, para outras formas de turismo sejam criadas mais alternativas, pelo que é possível satisfazer as necessidades impostas pelos turistas com novas mentalidades e desejos principalmente para experiências únicas, memoráveis e autênticas.

Para desenvolver o turismo é necessário explorar o local e os recursos onde é desenvolvido, o que pode por vezes ter consequências para a comunidade local e para o ambiente. Para combater este problema, o turismo de natureza começou a desenvolver-se e tem como principais objetivos a conservação da biodiversidade e a promoção de benefícios para a comunidade local.

Devido à mudança de mentalidade do atual turista, o mesmo procura lugares de férias que lhe proporcionem experiências de risco e aventura, onde poderá ter contacto com a natureza, relaxar e conhecer as tradições e costumes das comunidades locais. Para isso escolhem destinos turísticos de natureza e Portugal é um destino por excelência para a prática deste tipo de turismo pelo seu rico património natural e cultural.

Este projeto foi elaborado e pensado com base nas novas tendências e mentalidades do atual turista. É um projeto inovador e diferenciador que visa valorizar a região e a comunidade local do Parque Nacional da Peneda Gerês, mais concretamente Castro Laboreiro, bem como dar uma nova vida à empresa Ecotura. É um projeto com uma filosofia ecológica que visa promover boas práticas de conservação e também oferecer experiências memoráveis e únicas ao turista, através de um conjunto de atividades atrativas e autênticas.

Ao implementar este projeto na região de Castro Laboreiro é possível gerar reconhecimento às comunidades locais, bem como conceber benefícios económicos e culturais.

É uma proposta viável porque é aplicada a uma empresa que já existe e já está bem posicionada no mercado. É um projeto que não tem grandes dificuldades, no que diz respeito à sua implementação, a empresa tem todos os requisitos necessários para que o projeto seja viável. Através dos questionários feitos aos operadores turísticos, concluiu-se que a proposta dos programas de férias oferecidos, tem potencial para ser anunciada nas suas plataformas com grande sucesso e procura.

Por fim ao apresentar o projeto final aos proprietários da Ecotura, estes acharam o projeto bastante interessante tendo em conta que as novas atividades foram desenvolvidas de forma pertinente e inteligente nomeadamente ao utilizar os conhecimentos e aptidões de cada membro, para desenvolver novos programas para a Ecotura. Pedro e Anabela mencionaram ainda que, ao inserir estes novos programas seria possível aumentar a viabilidade da empresa e adquirir um maior desenvolvimento económico que por sua vez também permitiria aumentar o staff da empresa o que até agora estava a impedir a sua diversidade.

No que diz respeito à reestruturação das casas de campo, estes mencionam que ao fazer esta remodelação lhes vai ser possível ir de encontro ao seu público-alvo, um público mais eco sustentável, e ainda alargar o mesmo permitindo assim manter e desenvolver a filosofia da Ecotura.

## Bibliografia

Aldeias de Portugal (2020). *Castro Laboreiro, Aldeias de Portugal*. [online] Disponível em: <https://www.aldeiasdeportugal.pt/aldeia/castro-laboreiro> consultado a 2 Maio de 2021

Almeida, A.S. A. (2018). Decomposição identitária e intensificação da experiência turística – entre a emancipação local e a integração internacional. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, (n.2 v.5), pp.415-420. Disponível em <https://rlec.pt/index.php/rlec/article/view/1851/1927>

Almeida, A.S. A. (2016). “O turismo como ator nos processos de integração do sistema internacional - a conceção da oferta turística como ferramenta de interação cultural”. In José Dantas Pereira, Marcelino de Sousa Lopes e Maria da Luz Cabral (Coord), *Animação sociocultural, globalização, multiculturalidade, educação intercultural e intervenção*. Ponte de Lima: Editora Intervenção (p. 277-284).

Almeida, P. (2003) - *A Contribuição da Animação Turística para o Aumento das Taxas de Ocupação de Uma Região* (Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Desenvolvimento em Turismo). ) disponível em <https://ria.ua.pt/bitstream/10773/1493/1/2005001735.pdf>

Alves, L.& Bianchin, M., (2010). O jogo como recurso de aprendizagem. *Revista Psicopedagogia*, v.27(83). Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/psicoped/v27n83/13.pdf>

ANTE -Associação Nacional de Turismo Equestre. (2018). *Definição de Produto-Turismo Equestre de Portugal*. Disponível em [https://equestriantourisminportugal.com/wpcontent/uploads/2019/03/01\\_ANTE\\_GUIA\\_Prduto\\_RM.pdf](https://equestriantourisminportugal.com/wpcontent/uploads/2019/03/01_ANTE_GUIA_Prduto_RM.pdf)

Auchter, K. (2008). *An analysis of Kentucky trail riders: Determining rider behaviors and valuing site amenities that contribute to repeat visits* (Master of Science). University of Kentucky. Disponível em

[https://uknowledge.uky.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1576&context=gradschool\\_theses](https://uknowledge.uky.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1576&context=gradschool_theses)

Batista, B.F., Rodrigues, D., Moreira, E. e Silva, F. (2021) Técnicas de recolha de dados em investigação: Inquirir por questionário e/ou inquirir por entrevista? in Patrícia Sá, António Pedro Cost, e António Moreira (coords.) *Reflexões em torno de recolha de dados Metodologias de Investigação v2*, UA Editora - Universidade de Aveiro -Serviços de Documentação, Informação Documental e Museologia. Pp 13-36. Disponível em <https://doi.org/10.34624/ka02-fq42>

Batista, D., (2010). *Turismo, Contributo Para O Desenvolvimento Sustentável De Áreas Protegidas*. Obtenção do grau de Mestre. Faculdade de Ciência e Tecnologia, Lisboa. Disponível em [https://run.unl.pt/bitstream/10362/5595/1/Batista\\_2010.pdf](https://run.unl.pt/bitstream/10362/5595/1/Batista_2010.pdf)

Benedik, L. & Wirth, V., (2000). *Yoga For Equestrians- A New Path For Achieving Union With The Horse*. Great Britain: Kenilworth Press Ltd, pp.14-16.

Bessy, O. & Mouton, M., (2004). Du plein air au sports de Nature. Nouvelles pratiques nouveaux enjeux. *Revue Education Physique et Sport*, (309). Disponível em <http://uv2s.cerimes.fr/media/revue-eps/media/articles/pdf/70309-67.pdf>

Bhuiyan, M., Siwar, C. & Ismai, S., (2015). Sustainability Measurement for Ecotourism Destination in Malaysia: A Study on Lake Kenyir, Terengganu. *Social Indicators Research*. Disponível em [https://www.researchgate.net/publication/283893728\\_Sustainability\\_Measurement\\_for\\_Ecotourism\\_Destination\\_in\\_Malaysia\\_A\\_Study\\_on\\_Lake\\_Kenyir\\_Terengganu](https://www.researchgate.net/publication/283893728_Sustainability_Measurement_for_Ecotourism_Destination_in_Malaysia_A_Study_on_Lake_Kenyir_Terengganu)

Bhuiyan, M., Islam, R., Siwar, C. & Ismail, S., (2010). Educational Tourism and Forest Conservation: Diversification for Child Education. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*,v.7 pp.19-23. Disponível em <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1877042810020070?token=79AC1B34FEDE8B32003243F2CF447B8BB747E5687242A5F13969B29B24EA9C44E72337A67B6C045920C366C3AE615483>

Boavida, A. (2012). *A Experiência Turística Partilhada – Contributos para a Hospitalidade e Retenção do Destino Turístico – O Caso da Feira do Cavalo da Golegã* (Grau de Mestre em Gestão e Sustentabilidade no Turismo). Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar. Peniche. Disponível em [https://iconline.ipleiria.pt/bitstream/10400.8/665/1/Mestrado%20Gestao%20Sust.Turismo\\_Ana\\_Teresa\\_Boavida.pdf](https://iconline.ipleiria.pt/bitstream/10400.8/665/1/Mestrado%20Gestao%20Sust.Turismo_Ana_Teresa_Boavida.pdf)

Bortolon, B. & Mendes, M.,(2014). A importância da Educação Ambiental para o alcance da Sustentabilidade. *Revista Eletrônica de Iniciação Científica*, v.5, n.1, p.128. Disponível em <https://www.univali.br/graduacao/direito-itajai/publicacoes/revista-de-iniciacao-cientifica-ricc/edicoes/lists/artigos/attachments/984/arquivo%206.pdf>

Büyüközkan, G., Mukul, E. & Kongar, E., (2020). Health tourism strategy selection via SWOT analysis and integrated hesitant fuzzy linguistic AHP-MABAC approach. *Socio-Economic Planning Sciences*, v.74 p.p2-6 Disponível em <https://doi.org/10.1016/j.seps.2020.100929>

Cambridge, 2003. Cambridge Learner's Dictionary, Cambridge University Press

Caro, T., Mulder, M. & Moore, M.,( 2003). Effects of conservation education on reasons to conserve biological diversity. *Biological Conservation* Disponível em <https://escholarship.org/content/qt28q8g38h/qt28q8g38h.pdf>

Carrasco, L. C., Silva, R. A. da, Nunes, M. A. de S., Cerqueira, C. E. M., & Rosas, T. M. da C. (2014). Uma análise da aplicação do Business Model Canvas - BMC a partir da visão de empreendedores que se encontram em diferentes fases do negócio - uma experiência da incubadora de empresas e projetos do INATEL. *XXIV Seminário Nacional de Parques Tecnológicos E Incubadoras de Empresas*, (OCTOBER), 917– 921. disponível em <http://pctquama.org.br/?p=914&lang=pt>

Cunha, L (2006) Turismo de Saúde – Conceitos e Mercados. *Revista Lusófona de Humanidades e Tecnologias*,81-82 disponível em <https://revistas.ulusofona.pt/index.php/rhumanidades/article/view/1274>

Direção-geral da Educação (DGE), 2018. *Referencial De Educação Ambiental Para A Sustentabilidade Para A Educação Pré-Escolar, O Ensino Básico E O Ensino Secundário*. Ministério da Educação, pp.5 8. Disponível em [https://www.dge.mec.pt/sites/default/files/ECidadania/ref\\_sustentabilidade.pdf](https://www.dge.mec.pt/sites/default/files/ECidadania/ref_sustentabilidade.pdf)

Dooley, L. M. (2002). Case Study Research and Theory Building. *Advances in Developing Human Resources* (4), 335-354. Disponível em DOI:10.1177/1523422302043007

Eagles, P., McCool, S. & Haynes, C. (2002). *Turismo sostenible en áreas protegidas- Directrices de planificación y gestión*. Madrid: Organización Mundial del Turismo disponível em <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-05/Semana5/lecturas5/005.pdf>

Emmendoerfer, M. L. & Ashton, M. S. (2014). Territórios Criativos e suas Relações com o Turismo. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 7(4), 459-468. Disponível em <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/11/100.pdf>

Ferreira, L., Martins, L., Pereira, S., Raggi, D. & Silva, J.,( 2019). Educação Ambiental e Sustentabilidade na prática escolar. *Revista Brasileira de Educação Ambiental*, 14(2), pp.201-206 Disponível em <https://periodicos.unifesp.br/index.php/revbea/article/view/2678/1639>

Flick, U. (2005) Design and process in qualitative research, In Uwe Flick, Ernst von Kardorff & Ines Steinke (Eds.), *A companion to qualitative research*, London: Sage Publishing, pp.146-152 disponível em [https://www.academia.edu/24236888/Flick\\_Designing\\_qualitative\\_research](https://www.academia.edu/24236888/Flick_Designing_qualitative_research) rever

Fossgard, K. & Fredman, P. (2019). Dimensions in the nature-based tourism experiencescape: An explorative analysis. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, v.28 pp. 1-6 Disponível em <https://doi.org/10.1016/j.jort.2019.04.001>

Getz, D. (2002): “O evento turístico e o dilema da autenticidade”. In Theobald. (Org.), *Turismo global*. 2.ª Ed., SENAC, São Paulo

Gonçalves, E. & Guerra, R., (2019). O turismo de saúde e bem-estar como fator de desenvolvimento local: uma análise à oferta termal portuguesa. *Revista de Turismo y*

*Património Cultural-PASOS*, 17(2). Disponível em [http://www.pasosonline.org/Publicados/17219/PS219\\_13.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/17219/PS219_13.pdf)

Heagney, E., Rose, J., Ardeshir, A., & Kovac, M. (2019). The economic value of tourism and recreation across a large protected area network. *Journal Elsevier*, v.88 pp. 1 2. Disponível em <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2019.104084>

ICNF – Instituto da Conservação da Natureza e Florestas. *Parque Nacional da Peneda-Gerês*. <http://www.icnf.pt/portal/ap/pnpg> consultado em Janeiro de 2021

Jacob, L (2007) – “*Animação de idosos*”. Cadernos Socialgest, nº 4 (Manual de Animação de idosos). disponível em <https://document.onl/documents/manual-de-animacao-de-idosos.html>

Joffe, A. (2011). “Cidades criativas ou bolsões criativos: reflexões da África do Sul”. In Reis, A. C. F. & Kageyama, P. *Cidades Criativas: perspectivas*. São Paulo: Garimpo de Soluções. Disponível em [https://garimposolucoes.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Livro\\_Cidades\\_Criativas\\_Perspectivas\\_v1.pdf](https://garimposolucoes.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Livro_Cidades_Criativas_Perspectivas_v1.pdf)

Kettle, J. (1993) “*It’s People That Make Jobs*”, John Kettle’s Future Letter, Toronto: Futuresearch

Inskeep, E., & World Tourism Organization. (1998). Guide for local authorities on developing sustainable tourism. Madrid, Spain: World Tourism Organization.

Laws, E. (1995). *Tourist Destination Management*. Londres: Routledge.

Lopes, M., (2006). A animação sociocultural em Portugal. *Revista Iberoamericana*, 1(1), pp.1,2. Disponível em [http://biblioteca.esec.pt/cdi/ebooks/docs/LOPES\\_Animacao.pdf](http://biblioteca.esec.pt/cdi/ebooks/docs/LOPES_Animacao.pdf)

Lopes, M., (2014). Animação Sociocultural-Turismo, Património, Cultura E Desenvolvimento Local. Ponte de Lima: Intervenção, pp.63, 66.

Loureiro, S. (2014). "The role of the rural tourism experience economy in place attachment and behavioral intentions". *International Journal of Hospitality Management*, 40, 1-9. Elsevier. Disponível em <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.02.010>

Maccannell, D. (2003). *El turista: una nueva teoria de la clase ociosa*. Madrid: Melusin.

Magalhães, N., Antunes, J., & Barroco, C. (2014). Potencialidade do turismo equestre em Portugal. *Revista Turismo E Desenvolvimento*, nº5 (21/22). Disponível em <https://repositorio.ipv.pt/bitstream/10400.19/4120/1/Potencialidades%20do%20Turismo%20Equestre%20em%20Portugal.pdf>

Malheiros, A. P., Lourenço P. C. & Almeida, ASA (2016). "Algumas contribuições para a identidade assumida do património judaico de Portugal"– o caso de Belmonte" *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 43, 69-88. Disponível em <http://www.apdr.pt/siterper/numeros/RPER43/43.5.pdf>

Mckerher, B. (2002). "*Turismo de Natureza: Planeamento e Sustentabilidade*". Brasil: Contexto

Melo, R., (2009). Desportos de Natureza: reflexões sobre a sua definição conceptual. *Exedra, Revista Científica* (nº2). Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Coimbra. FALTA páginas (93-104). Disponível em [\\_07A-ricardo-melo\\_pp\\_93-104.pdf \(esec.pt\)](#)

Melo, V. (2007). A animação cultural os estudos culturais: Diálogos. Práticas de Animação, (0). Disponível em <https://sites.google.com/site/revistapraticasdeanimacao>

Moreira, M., (2007). *Matriz De Análise Das Tarefas Desportivas- Sistema De Classificação Estrutural – Modelo Taxinómico Do Surf*. Obtenção do grau de Doutor, Faculdade De Motricidade Humana, Lisboa. Disponível em <https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/1055/1/Tese%20definitiva%20MMoreira.pdf>

Morsello, C., (2006). *Áreas Protegidas Públicas E Privadas: Seleção E Manejo*. 2nd ed. Brasil: Annablume, pp.15-16. Disponível em [https://books.google.com.br/books?id=wGmZXkO7nQMC&printsec=frontcover&hl=pt-PT&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?id=wGmZXkO7nQMC&printsec=frontcover&hl=pt-PT&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

Muhanna, E., (2006). Sustainable Tourism Development and Environmental Management for Developing Countries. *Problems and Perspectives in Management*, pp.17-19. Disponível em [https://www.researchgate.net/publication/265223279\\_Sustainable\\_Tourism\\_Development\\_and\\_Environmental\\_Management\\_for\\_Developing\\_Countries](https://www.researchgate.net/publication/265223279_Sustainable_Tourism_Development_and_Environmental_Management_for_Developing_Countries)

Neto, E. (2011). *ANÁLISE SWOT – Planejamento Estratégico para Análise de Implantação e Formação de Equipe de Manutenção em uma Empresa de Segmento Industrial* (Dissertação MBA, Faculdade Pitágoras-Núcleo de Pós-Graduação, São João Del Rei, 2011) Disponível em [http://www.icap.com.br/biblioteca/172349010212\\_FORMATADA.pdf](http://www.icap.com.br/biblioteca/172349010212_FORMATADA.pdf)

Oliveira, F. & Zanirato, S. (2017). Patrimônio cultural e turismo: uma alternativa ao desenvolvimento local do Vale Histórico Paulista – SP. *Revista Confluências Culturais*, v.6(2). Disponível em <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6123498.pdf>

Ollenburg, C. (2005). Worldwide Structure of the Equestrian Tourism Sector. *Journal Of Ecotourism*, p.47. Disponível em <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14724040508668437>

Olsen, K. (2002). Authenticity as a concept in tourism research: The social organization of the experience of authenticity. *Tourist Studies*, 2(2), 159–182. <https://doi.org/10.1177/146879702761936644>

OMT. (2002). Cumbre Mundial del Ecoturismo: Informe final. Madrid: Organización Mundial del Turismo. Disponível em <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/WEBx0079xPA-EcotourismSummitES.pdf>

OMT. (2020) *Rural And Mountain Tourism* . Disponível em <https://www.unwto.org/es/rural-mountain-tourism>

Osterwalder, A. & Pigneur, Y., 2011. *Business Model Generation-Inovação em Modelos de Negócios*. 5. Rio de Janeiro: Alta Books, pp.15-19. Disponível em <http://www.gestaoporprocessos.com.br/wp-content/uploads/2014/06/Business-Model-Generation.pdf>

Osterwalder, A., Pigneur, Y. & Tucci, C.L. (2005). Clarifying Business Models: Origins, Present, and Future of the Concept, *Communications of the Association for Information Systems*, vol.15. pp.4-9 Disponível em [https://www.kth.se/social/files/546b8d75f276546614d2dffcc/Osterwalder+\(2005\).pdf](https://www.kth.se/social/files/546b8d75f276546614d2dffcc/Osterwalder+(2005).pdf)

Quintas, S & Castãno, M. (1998) – “Animación Sociocultural. Nuevos enfoques”. Salamanca Amarú Ediciones

Reis, A. C. F.& Urani, A. (2011). Cidades criativas: perspectivas brasileiras. In A. C. F. Reis &, P. Kageyama (Eds.). *Cidades criativas: perspectivas* (pp.30-37). São Paulo: Garimpo de Soluções. Disponível em [https://garimpodesolucoes.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Livro\\_Cidades\\_Criativas\\_Perspectivas\\_v1.pdf](https://garimpodesolucoes.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Livro_Cidades_Criativas_Perspectivas_v1.pdf)

Ribeiro, M. (2003). “Espaços rurais como espaços turísticos”. In J. Portela & J. C. Caldas (Eds.), *Portugal Chão* (pp. 199-215). Oeiras: Celta Editora

Richards, G. & Wilson, J. (2007) “Creativities in tourism development”. In Richards, G. & Wilson, J. (Eds.), *Tourism, Creativity and Development*, pp. 255-288. London: Routledge

Richards, G. (2011). Creativity and Tourism – The State of the Art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), pp. 1225-1253. Disponível em <https://doi:10.1016/j.annals.2011.07.008>

Richards, G.(2021). Culture Tourism in Europe. In Richards. (1996) *Cultural tourism in Europe* .Wallingford: CABI, pp.21-38. Disponível em <http://www.atlas-euro.org/pages/pdf/cultural%20tourism%20in%20europe.PDF>

Salvador, V. M. M., Boavida, A. T. F. V. & Almeida, ASA (2016). Contributos para a compreensão da integração turística no âmbito da interação cultural – os casos da feira do cavalo da Golegã e do comboio histórico a vapor no Alto Douro Vinhateiro. *Tourism and Hospitality International Journal*, 6(1), 35-54 Disponível em <http://ci.isce.pt/static/uploads/K103.pdf>

Sanches, F. & Schmidt, C., (2016). Indicadores de Sustentabilidade Ambiental Uma Análise das Práticas Sustentáveis em Empreendimentos de Turismo Rural. *Desenvolvimento em questão*, 14(37), pp.91-96. Disponível em <https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/6139>

Singh, S., (2007). Conceptualizar o Lazer, a Recreação e o Turismo a partir de uma Perspetiva Antropológica. *Investigação de Recreação Turística*. Disponível em <https://doi.org/10.1080/02508281.2007.11081278>

Spínola, V., (2013). *A Animação Na Hotelaria: O Caso Do Hotel Vila Porto Mare (Ilha Da Madeira)*. Obtenção do grau de mestre. Faculdade de letras, Universidade de Coimbra. Disponível em <https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/36105/1/A%20Animacao%20na%20Hoteleira.pdf>

Tezani, T., (2006). O jogo e os processos de aprendizagem e desenvolvimento: aspetos cognitivos e afetivos. *Educação em Revista*, v.7(n.1/2). Disponível em <https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/educacaoemrevista/article/view/603>

Turismo de Portugal (2014). *Plano de Marketing estratégico para o turismo do Algarve*. Disponível em <http://Plano-Marketing-Estrategico-Turismo-Algarve-2015-2018.pdf>

Thurnell-Read, T. (2017). What is on your bucket list? tourism, identity and imperative experiential discourse. *Annals of Tourism Research*, 67, 58-66. Disponível em [https://repository.lboro.ac.uk/articles/journal\\_contribution/What\\_s\\_on\\_your\\_bucket\\_list\\_Tourism\\_identity\\_and\\_imperative\\_experiential\\_discourse/9476141](https://repository.lboro.ac.uk/articles/journal_contribution/What_s_on_your_bucket_list_Tourism_identity_and_imperative_experiential_discourse/9476141)

TURIHAB. (2012). *Itinerários de Turismo Equestre - Metodologia de implementação – Estudo de caso Minho Lima* (p. 29). Disponível em <https://www.turihab.pt/content/metodologia.pdf>

Vázquez, J. M. P. C. (1998) – “El turismo ambiental: una forma de desarrollo”. *Horizontes Alternativos*, Edições Colibri, Lisboa, pp. 145-157. Disponível em [https://www.academia.edu/39024115/El\\_turismo\\_rural\\_una\\_alternativa\\_de\\_desarrollo\\_para\\_el\\_cant%C3%B3n\\_de\\_V%C3%A1zquez\\_de\\_Coronado](https://www.academia.edu/39024115/El_turismo_rural_una_alternativa_de_desarrollo_para_el_cant%C3%B3n_de_V%C3%A1zquez_de_Coronado)

Ventosa, V.J. (Coord.) (1998). *Manual del monitor de Tiempo Libre*. Madrid: Editorial CCS

Viana, P.(1999) – Território e Povoamento. In *Território, Povoamento e Construção Manual, Para as regiões do Parque Nacional Peneda Gerês*. Edição Adere, Adere Peneda Gerês, pp.9-20.

Wang, N. (1999). Rethinking authenticity in tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 349-370 Disponível em <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2012.04.003>

Wilcox-Reid, L., (2018). *Pilates for Riders- Align your spine and control your core for a perfect position*. Reino Unido: Crowood press, pp.9-23.

World Tourism Organization (OMT) (2012). *Definition of Sustainable Tourism*. Disponível em <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

Yin, R.K (2005). *Estudo de Caso. Planejamento e Métodos*. Porto Alegre: Bookman

## Documentos legislativos

- Decreto de Lei nº47/99(1999). Regulação do Turismo de Natureza. Diário da República, 1ª Série, nº39
- Decreto-Lei n.º 108/2009. Enquadramento legal das atividades de animação turística. Diário da República, 1ª Série, nº94
- Decreto-Lei n.º 18/99(1999) . O enquadramento jurídico do Turismo de Natureza. Diário da República, 1ª Série, nº200
- Decreto-Lei n.º 95/2013. Condições de acesso e de exercício da atividade das empresas de animação turística e dos operadores marítimo-turísticos. Diário da República, 1ª Série, nº138

- Decreto-Lei nº 169/97(1997). Aprovação do regime jurídico do turismo em espaço rural. Diário da República, 1ªSérie, nº152
- Decreto-Lei nº251/84(1984). Regime de inserção do Turismo de habitação na oferta turística portuguesa. Diária da República, 1ªSérie, nº171

## Anexos

### Anexo 1: Entrevista à Ecotura



#### **Entrevista**

##### **1. O que faz em concreto a empresa Ecotura?**

Promove férias Equestres e Pedestres em Território do Lobo que incluem passeios a cavalo, passeios pedestres, dormida e alimentação.

##### **2. Qual o objetivo da criação da Ecotura?**

Essencialmente a Ecotura tem dois objetivos , o primeiro foi a aproveitar a imagem do lobo e usa-la para o projeto de turismo mas que ao mesmo tempo ajudasse a fazer a proteção do próprio lobo, portanto a ideia inicial era divulgar através das atividades que a Ecotura promove, trazer pessoas á região debaixo do temo Lobo Ibérico , ao virem pessoas á região os locais iriam ter acréscimos económicos, nos restaurantes, nas pastelarias, nos hotéis, começariam hipoteticamente a ver o lobo com melhores olhos pois era uma “fonte de rendimento”, por outro lado era também uma maneira de utilizar todo o nosso now how com o lobo que já era grande, 5 anos de estudo direto com a espécie, portanto era uma maneira de usar o lobo e as atividades de natureza que também já tínhamos uma grande experiencia e criar uma maneira que nos permitisse estar aqui, que nos mante-se aqui de uma forma viável.

##### **3. Qual é a principal filosofia da empresa?**

Promover atividades e pacotes que permita as pessoas fazer umas férias longe de tudo, que permita às pessoas fugir do rebuliço e das confusões da cidade, mas que por outro lado toda a maneira da própria empresa de trabalhar seja de uma forma ecológica que vai de acordo com os nossos padrões.

##### **4. O que é necessário melhorar e desenvolver na empresa?**

A empresa tem muitas coisas para serem melhoradas, desde o tipo de programas que oferece, a maneira como a gestão é feita principalmente para as coisas serem otimizadas, outra coisa que tem ser melhorada na empresa são as parcerias que tem de ser feitas nomeadamente para se conseguir trazer pessoal com alguma qualificação para a cozinha, para os cavalos que nos permita ampliar as nossas atividades , libertando-nos assim para que

se possam desenvolver mais atividades, por outro lado abrir o leque de programas, de forma a tornar o funcionamento da empresa sustentável de todos os pontos de vista, não só do ponto de vista humano como do ponto de vista económico, porque como isto é uma empresa que tem muito trabalho para um número reduzido de funcionários, ela tem que abrir o leque daquilo que oferece para poder ter mais alguém que permita que ela continue a ser viável, porque neste momento a viabilidade desta empresa com 2 pessoas começa a ser complicada.

### **5. Quais os pontos fortes e fracos da empresa?**

Pontos fortes é um atendimento muito personalizado que é feito diretamente por nós, a qualidade dos serviços todos desde a refeição até a qualidade da casa, a decoração personalizada, pronto todas as preocupações que existem a nível da qualidade da alimentação, da qualidade dos produtos que são envolvidos na alimentação, qualidade dos cavalos, os treinos dos cavalos, a escolha dos percursos

Pontos Fracos marketing, pouca diversidade de programas, a dificuldade de arranjar pessoas para trabalhar aqui com alguma educação e formação e falta de parcerias.

### **6. O que traz a Ecotura de inovador para a região?**

A Ecotura foi a primeira empresa em Portugal a promover tour's ambientais usando o lobo como imagem de marca, parte da botânica, da etnobotânica e das aves, a parte da animação turística em Portugal na altura em que a Ecotura foi criada estava muito virada para o radical que hoje continua a existir mas hoje obviamente cresceu o mercado do mais ecológico, neste momento a Ecotura esta muito centrada nos cavalos, nos tour's de uma semana, basicamente com o estrangeiro.

Em termos Portugueses é obvio que há uma inovação , o turismo equestre em Portugal é uma coisa que o governo português está a querer desenvolver há coisa de 2 anos mas que a Ecotura já faz há 11 ou 12 anos , portanto em termos de mercado internacional, o que se conhecia do turismo equestre , eram as empresas que faziam os passeios de 1 hora e era isso que era chamado de Turismo equestre e ainda hoje muita gente pensa que é isso , o verdadeiro turismo equestre que a Ecotura faz não é nada disso, aliás a Ecotura não aceita esse tipo de clientes, ou seja o tipo de TE que nós fazemos é receber clientes que já sabem montar a cavalo que passam uma semana a fazer trilhos de meio dia ou dia inteiro mas que o nível equestre que estamos aqui a falar é muito mais elevado do que era o normal em Portugal, aliás em Portugal alguém que soubesse realmente montar a cavalo não se iria dirigir a uma empresa de turismo equestre pois os cavalos são de baixa qualidade, o ensino é péssimo, a maneira como os trilhos são dirigidos são em filinha indiana e muito devagarinho,

por outro lado em contrario ás outras empresas a Ecotura trabalha com um grupo mais reduzido de clientes para que a qualidade possa estar sempre presente e tendo em conta que trabalhamos dentro do parque nacional da Peneda Gerês não faz sentido nenhum lidar com grupos de 10 11 pessoas , lidamos sempre com grupos de 5 6 7 pronto e ao fim ao cabe com grupos mais pequenos é obvio que a qualidade que daí advém é muito superior é muito mais personalizado, a pessoa cria ligações muito mais próximas com todos os clientes e portanto acaba de ser uma forma de inovação em Portugal poq isto é um tipo de nicho que existe já lá fora feito da mesma forma.

Esta região não tinha nada o que tinha era 2 restaurantes, era um local de passagem que as pessoas utilizavam para sair para Espanha , que não estava minimamente turística, portanto quando nos chegamos aqui, fomos ao fim ao cabe a primeira empresa a promover férias em Castro Laboreiro, portanto o que a empresa trás pessoas diferentes pelo menos uma semana todas as semanas e dá visibilidade á região e em vez de ser aquele turismo parava nos restaurantes comia e ia-se embora começaram a ficar residentes durante uma semana ou seja valoriza a região tanto nível económico como cultural, e começamos a usar o próprios recursos que a região tem não só do ponto vista natural , mas do tradicional para condimentar as semanas , com visitas ao museus, o alvarinho, a própria aldeia que é uma aldeia de casas de pedra que foram todas recuperadas seguindo a tradição.

### ***7. Como é que surgiu a ideia as casas, qual o objetivo, quais são as práticas que lá desenvolvem?***

O nosso objetivo quando viemos para a aqui não era ter turismo de habitação, mas acabou por ser uma necessidade a partir do momento que começamos a oferecer pacotes que as pessoas passavam aqui uma semana e tinham de dormir e comer, e a qualidade dos mesmo era posta em causa pela dormida e pela alimentação portanto como nos queríamos garantir a qualidade pensamos que seria a solução ideal por outro lado ao preservar a traça e as características das aldeias também é uma mais valia poq efetivamente as pessoas querem o tradicional preferem muito mais ficar numa casa rural do que num hotel , preferem muito mais comer comida tradicional e alimentos orgânicos do que comer em ambientes despersonalizados portanto tudo isto se tornou uma necessidade , julgo que quando a Ecotura veio para cá apesar da ideia ser trazer pessoas e elas gastarem dinheiro nas dormidas nos restaurantes, ao fim de algum tempo começamos a depara-nos com um problema complicado é que a organização destas semanas começava a ser muito pouco sustentável poq a qualidade não só dos turismos, dos hotéis dos restaurantes era muito má por outro lado a Ecotura está a lidar com um publico de classe media alta, estrangeiros portanto o publico português na empresa é praticamente nulo , maior parte do publico vem dos mercados ingleses, suíços e alemães portanto o nível de exigência dos mesmos é sempre superior as

serviços que eram oferecidos aqui e portanto fomos obrigados não só por um lado a criar as nossas próprias dormidas de forma a podermos assegurar a qualidade, fomos também obrigados a servir refeições poq no fim de muitos anos enviar pessoas para os restaurantes locais, estes não tiveram qualquer evolução, portanto nos tínhamos críticas ótimas em tudo com exceção das dormidas e da alimentação, portanto para poder resolver este problema e tendo em conta que a competição em termos internacionais é muito grande, e para conseguir estar ao nível ou melhor das outras empresas, tivemos de criar a nossa própria dormida e as nossas próprias refeições.

#### **8. Quais são as práticas ecológicas que se desenvolvem na Ecotura?**

Não temos atividades poluentes as nossas atividades são todas equestres e pedestres, os carros só utilizados para a deslocação das pessoas e em casos extremos para a logística , reciclagem, a utilização dos produtos locais para a confeção das refeições , utilização de produtos de higiene naturais , a casa está equipada com sabonetes naturais feitos em casa, economia de eletricidade, o comum é feito, retiramos a utilização das garrafas de plástico, antigamente eram oferecidos aos clientes hoje em dia os clientes que a água é de alta qualidade e que eles podem e devem trazer as suas próprias garrafas e que podem ir reenchendo ao longo da semana e evitando assim produzir uma quantidade de lixo enorme, não usamos sacos de plástico só usamos sacos de papel , nos picnics os descartáveis foram substituídos por coisas laváveis, na casa também como por exemplo não temos a maquina de capsulas mantemos o sistema tradicional da maquina de café, até poq nos aqui temos uns serviços e recolha de lixo ainda um bocadinho debilitados, portanto a politica é fazer o menos lixo possível, todo o lixo orgânico vai para compostagem e usado nas hortas e depois há todo o respeito pelo meio ambiente, nos trilhos, não deixar rasto.

#### **9. Como são as relações com os clientes e operadores e como são desenvolvidas?**

As relações tem que ser ótimas poq no caso dos cavalos é um nicho de mercado, portanto não há muitos operadores no mundo a vender este tipo de programa, portanto a relação tem que ser muito cuidada, as vezes com algumas cedências da nossa parte, poq a quantidade de operadores disponível é muito pequena, portanto ao longo da vida da Ecotura tem sido feita uma gestão muito rigorosa e com muita calma a medida que íamos abordando os operadores, ou seja começamos por abordar os mais fáceis de abordar , ate que hoje conseguimos estar nos principais operadores , as relações são feitas pessoalmente, por telemóvel, por email, ou seja todas as vias de comunicação são validas, os operadores são também convidados , alguns não aceitam pois não tem a disponibilidade ou não querem investir em viagens mas é lhes oferecido a possibilidade de virem a Portugal e fazerem connosco uma semana, para nos é muito importante pois é uma maneira de eles nos

conhecerem bem e venderem bem o nosso produto, embora também há outros operadores, poq também estamos nos mais generalistas que tem secções destinadas para a parte equestre, e estes é mais raro fazer contactos pessoais não veem cá poq tem centenas de destinos portanto ai é feito por email, a grande dificuldade disto é o primeiro contacto, temos de ter sempre tudo preparado, fotografias muito interessante, documentação preparada, que enviamos para fazer o primeiro contacto, nos temos conseguido progredir poq temos entrado em vários operadores de referencia e outros operadores acabam por vir a ter connosco, pois inverteu-se o sistema pois já não somos nos a fazer o contacto são eles a virem ter connosco, devido a já estarmos a ser inseridos nos operadores mais importantes, as nossas relações com os clientes são ótimas, excelentes pois durante uma semana são tratados muito bem, como amigos em que lhe prestamos um serviço de muita qualidade e num grupo muito pequeno as relações com eles são excelentes, temos um ponto negativo que é depois o acompanhamento o pós , poq somos só dois e temos pouca disponibilidade e portanto todo o seguimento que deve ser ao feito ao cliente depois de terminarem as ferias no nosso caso é mau é curto embora apesar disso temos muitos clientes que retornam o que é não e muito normal neste tipo de nicho de mercado, pois usam este tipo de turismo para conhecer o mundo portanto este ano montam em Portugal , no próximo em Espanha e assim por ai diante, ou seja não é normal haver retorna mas nos até temos algum retorno, a nossa relação é mesmo muito boa com clientes alias é muito comum nos recebermos pacotes de presentes dos mesmos uma semana ou duas depois de eles se terem ido embora

## Anexo 2- Ficha de atividade- Seleção do cavalo ideal

### *Ficha de atividade*

*Nome da atividade:* Seleção do Cavalo ideal

*Público-alvo:* Adultos

*Material:* Roupa confortável/Roupa de equitação, calçado confortável, toque

*Duração:* 1h00

*Descrição:* Esta atividade será realizada nas cavalariças da Ecotura.

Esta atividade consiste em fazer uma primeira abordagem ao cliente para saber qual é a sua experiência em relação ao cavalo.

Depois de limpar e aparelhar o cavalo, o cliente é direccionado para o picadeiro e é lhe pedido que execute os 3 andamentos a cavalo (passo, trote e galope), bem como outros exercícios que demonstram o controlo e a vontade na sela.

Feito isto é escolhido, pelo equitador, o cavalo mais adequado para o cavaleiro.

## Anexo 3- Ficha de atividade- Passeio teste

### *Ficha de atividade*

**Nome da atividade:** Passeio de meio dia( passeio teste)

**Público-alvo:** Adultos

**Material:** Roupa confortável/Roupa de equitação, calçado confortável, toque

**Duração:**1h30

**Descrição:** Passeio realizado no planalto de Castro Laboreiro, em que é pedido ao grupo, para executar os diversos andamentos em plena natureza.

## Anexo 4- Ficha de atividade-Limpeza e preparação dos cavalos

### *Ficha de atividade*

**Nome da atividade:** Limpeza e preparação dos cavalos

**Público-alvo:** Adultos

**Material:** Roupa de equitação, toque, material de limpeza

**Duração:**1h00

**Descrição:** A atividade tem o intuito de desenvolver laços de confiança entre o cavaleiro e o cavalo, através da limpeza e preparação do cavalo.

## Anexo 5- Ficha de atividade- Manutenção/Colocação dos cavalos no campo

### *Ficha de atividade*

**Nome da atividade:** Maneio dos cavalos/ colocar cavalos no campo

**Público-alvo:** Adultos

**Material:** Roupa de Equitação

**Duração:** 1h00

**Descrição:** Durante esta atividade o cliente terá de dar banho ao seu cavalo e por fim colocá-lo no campo.

## Anexo 6- Ficha de atividade- Passeio de dia inteiro “ Passeio de dia inteiro à Necrópole Megalítica do Planalto de Castro Laboreiro”

### *Ficha de atividade*

**Nome da atividade:** Passeio de dia inteiro à Necrópole Megalítica do Planalto de Castro Laboreiro

**Público-alvo:** Adultos

**Material:** Roupa de equitação, toque

**Duração:** Dia inteiro

**Descrição:** Saída a cavalo para ao Planalto de Castro Laboreiro, em direção à fronteira este do planalto, onde o objetivo é visitar a necrópole megalítica composta por quase 100 mamoas datadas entre 3 e 5 mil anos antes de Cristo.

O almoço é feito em pic-nic e realizado num antigo posto avançado da guarda fronteiriça.

## Anexo 7-Ficha de atividade- Passeio de dia inteiro “ Veigas de Castro Laboreiro”

### *Ficha de atividade*

**Nome da atividade:** Passeio de dia inteiro “ Veigas de Castro Laboreiro”

**Público-alvo:** Adultos

**Material:** Roupa de equitação, toque

**Duração:** Dia inteiro

**Descrição:** Saída a cavalo em direção à encosta do Monteiro, que servirá de passagem para o vale onde se situa a vila de Castro Laboreiro e área de lazer das Veigas.

Almoço feito em pic-nic na área de lazer

A parte da tarde é o passeio de retorno às cavalariças da Ecotura.

## Anexo 8-Ficha de atividade- Passeio de dia inteiro “Vale dos Lobos”

### *Ficha de atividade*

**Nome da atividade:** Passeio de dia inteiro “ Vale dos Lobos”

**Público-alvo:** Adultos

**Material:** Roupa de Equitação e toque

**Duração:** Dia inteiro

**Descrição:** Neste dia o objetivo do grupo será atingir a zona de ambiente natural da Franqueira. Este santuário com elevado astuto de proteção, alberga um número de espécies muito elevado, como por exemplo o lobo e o abutre.

Durante o passeio é possível observar sinais da presença das várias espécies, nomeadamente a presença do Lobo Ibérico, como rastros, dejetos, arranhadelas e muitas vezes restos e vestígios das presas das alcateias.

## Anexo 9-Ficha de atividade- Passeio de meio dia “Passeios das Barrosãs”

### *Ficha de atividade*

**Nome da atividade:** Passeio de meio dia “Passeio das Barrosãs”

**Público-alvo:** Adultos

**Material:** Roupa de equitação, toque

**Duração:** 2h00

**Descrição:** Passeio de meio dia onde os clientes terão a oportunidade de fazer galopes longos no planalto, ao longo do percurso o grupo passará por várias manadas de gado autóctone barrosão.

## Anexo 10-Ficha de atividade- Passeio de meio dia “Aldeia do Rodeiro”

### *Ficha de atividade*

**Nome da atividade:** Passeio de meio dia “Aldeias do Rodeiro”

**Público-alvo:** Adultos

**Material:** Roupa de Equitação e toque

**Duração:** 2h00

**Descrição:** Saída a cavalo em direção à região sul do planalto, com passagem pelas aldeias mais altas da freguesia de Castro Laboreiro, o Rodeiro.

Durante o passeio o cliente tem a possibilidade de visitar um complexo de moinhos de água situados nas margens do rio Laboreiro, bem como fazer uma visita ao forno comunitário do Rodeiro.

Ao visitar a aldeia do Rodeiro, é possível observar a arquitetura e construção típica da região, composta por casas de pedras, com rés-de-chão e primeiro andar. No rés-de-chão é guardado o gado e no primeiro andar a habitação do local.

## Anexo 11-Ficha de atividade- Passeio de meio dia “Sunset Ridding”

### *Ficha de atividade*

**Nome da atividade:** Sunset Ridding-para a localização das manadas selvagens.

**Público-alvo:** Adultos

**Material:** Roupa de equitação, toque

**Duração:** 2h00

**Descrição:** Esta atividade consiste numa saída a cavalo, em direção à zona oeste do planalto de Castro Laboreiro, com o objetivo de localizar, seguir e observar as manadas de garranos selvagens.

A atividade é realizada com o distanciamento necessário, para evitar pressão nas manadas de cavalos selvagens.

## Anexo 12-Ficha de atividade- Visita ao Centro de Interpretação do PNPG, em Lamas de Mouro

### *Ficha de atividade*

**Nome da atividade:** Visita ao Centro de Interpretação do PNPG, em Lamas de Mouro

**Público-alvo:** Adultos

**Material:** Roupa confortável

**Duração:** 2h00

**Descrição:** Esta atividade está dividida em duas partes.

A primeira parte consiste na contextualização dos locais que os clientes vão visitar durante as suas férias.

A segunda parte engloba a explicação da fauna e da flora do PNPG

---

## Anexo 13-Ficha de atividade- Visita a um fumeiro tradicional “Fumeiro delícias do planalto”

### *Ficha de atividade*

**Nome da atividade:** Visita a um fumeiro tradicional “Fumeiro delícias do planalto”

**Público-alvo:** Adultos

**Material:**

**Duração:** 1h00

**Descrição:** Esta atividade consiste numa visita a um dos tradicionais fumeiros de Castro Laboreiro, onde os clientes recebem uma breve explicação de todo o processo de enchidos, uma visita guiada e, finalmente, uma degustação dos vários enchidos feitos no fumeiro.

## Anexo 14-Ficha de atividade- Visita à vila de Melgaço”

### *Ficha de atividade*

**Nome da atividade:** Visita à vila de Melgaço

**Público-alvo:** Adultos

**Material:** Roupa confortável

**Duração:** 1h00

**Descrição:** O foco desta visita à vila de Melgaço é o centro histórico, onde é possível visitar o bairro histórico, a torre de menagem e as diversas igrejas.

## Anexo 15-Ficha de atividade-Visita ao Solar do Alvarinho

### *Ficha de atividade*

**Nome da atividade:** Visita ao Solar do Alvarinho

**Público-alvo:** Adultos

**Material:** Roupa confortável

**Duração:** 1h00

**Descrição:** Inserida na visita à vila de Melgaço esta incluído uma prova de vinhos no solar do Alvarinho.

A prova é realizada por um técnico da Camara Municipal de Melgaço especializado nos vinhos da região.

## Anexo 16- Ficha de atividade- Visita ao Castelo de Castro Laboreiro com o pastor local/ Pic-nic com um local

### *Ficha de atividade*

**Nome da atividade:** Visita ao Castelo de Castro Laboreiro com o pastor local

**Público-alvo:** Adultos

**Material:** Roupa e calçado confortável.

**Duração:** 1h30

**Descrição:** Passeio é feito até ao Castelo de Castro Laboreiro.

Esta atividade será acompanhada por um pastor local, tio Américo, ao longo do passeio o cliente terá a possibilidade de interagir com o local e adquirir novos conhecimentos enquanto se exercita e está rodeado pela natureza.

Durante a visita, o tio Américo explica como é o seu dia-a-dia como pastor e como era viver da pastorícia, partilhando histórias e lições de vida.

Quando chegarem ao castelo, o turista terá um pequeno lanche com o tio Américo.

## Anexo 17- Ficha de atividade- Jantar com a comunidade

### *Ficha de atividade*

**Nome da atividade:** Jantar com a comunidade local

**Público-alvo:** Adultos

**Duração:**3h00

**Descrição:** Esta atividade será realizada no centro cívico de castro laboreiro.

Juntamente com alguns locais será organizado um jantar com as várias iguarias típicas, tais como: presunto, chouriço, alvarinho, bacalhau com broa, cabrito assado e bucho doce.

Durante o jantar, os conhecimentos e culturas são partilhados, bem como histórias e lendas como: a história do contrabando, a lenda da Fera de Castro Laboreiro, a lenda de Inês Negra entre outras.

## Anexo 18- Ficha de atividade- Banhos de água quente em termas romanas

### *Ficha de atividade*

**Nome da atividade:** Banhos de água quente em termas romanas

**Público-alvo:** Adultos

**Material:** Fato de banho e toalha

**Duração:** 1h30

**Descrição:** Para relaxar o corpo depois de um dia inteiro a cavalo, os clientes dirigem-se às termas romanas, na povoação "U-Bãno".

As termas estão localizadas nas margens do rio Lima em território galego.

## Anexo 19-Ficha de atividade- Maneio dos cavalos

### *Ficha de Atividade*

**Nome da atividade:** Maneio dos Cavalos

**Público-alvo:** Crianças e Jovens

**Material:** Roupa confortável

**Duração:**1h00

**Descrição:** Esta atividade será realizada nas cavalariças da Ecotura.

Durante a atividade as crianças/jovens ajudarão a preparar as refeições para os cavalos, dar as águas, dar o feno, colocar os cavalos nos campos e padoques e também limpar, escovar e pentear os cavalos.

Todas as atividades serão supervisionadas pelos monitores.

## Anexo 20- Ficha de atividade-Manutenção das hortas ecológicas/plantação de hortícolas

### *Ficha de Atividade*

**Nome da atividade:** Farm Activities- Tratar da horta e Plantar Hortícolas

**Público-alvo:** Jovens e crianças (a partir dos 6 anos)

**Material:** Luvas, pá, ancinho, regador, hortícolas(Ex: alface)

**Duração:** 2h30

**Descrição:** Esta atividade visa despertar o interesse das crianças pelo cultivo da horta e pelo conhecimento do processo de germinação, bem como dar às crianças a oportunidade de aprender a cultivar as plantas que são usadas no seu dia-a-dia para alimentação.

É importante notar que durante estas atividades temas como sistemas alimentares, alimentação saudável e ecologia serão abordados

Durante estas atividades, as crianças aprenderão quais os processos básicos de uma horta como: manutenção, rega, germinação, plantação e colheita.

## Anexo 21-Ficha de atividade-Batismo Equestre

### *Ficha de Atividade*

**Nome da atividade:** Batismo Equestre

**Público-alvo:** Crianças e Jovens

**Material:** Roupa confortável/Roupa de equitação, calçado confortável, toque

**Duração:**1h00

**Descrição:** Esta atividade será realizada nas cavalariças da Ecotura.

O batismo equestre consiste numa aproximação ao mundo equestre através de uma atividade monitorizada.

Esta atividade começa com uma explicação sobre as regras de segurança, bem como os procedimentos que o jovem/criança tem de ter antes da atividade.

Em seguida, explicam-se/ensinam-se as técnicas de escovagem e limpeza do cavalo e, com a ajuda do monitor, o jovem/criança aparelha o cavalo.

Por fim o jovem/criança realiza no picadeiro algumas voltas de experiência para se adaptar ao movimento, saindo em seguida para um pequeno passeio no exterior das cavalariças.

Durante toda esta atividade o cavalo é controlado a partir do chão pelo monitor.

## Anexo 22-Ficha de atividade- Atelier de Cozinha

### Ficha de Atividade

**Nome da atividade:** Kitchen Time-Bolo de Courgette

**Público-alvo:** Crianças e Jovens

**Material:** Avental, utensílios de cozinha, ingredientes necessários

**Duração:** 1h00

**Descrição:** De acordo com o tamanho do grupo, as crianças são divididas em grupos.

Esta atividade terá início na horta biológica, onde as crianças/jovens irão colher courgettes, para confeccionar um bolo para o lanche.

Toda a atividade será acompanhada pelos monitores.

**Ingredientes:**

- 1 Courgette grande e com casca
- 2 chávenas de Açúcar
- 2 chávenas de Farinha
- 2 colheres de chá de fermento em pó
- 4 ovos

- 3- Bater o açúcar com as gemas e juntar a polpa de courgette e envolver tudo
- 4-Juntar a farinha com o fermento e mexer bem
- 5- Por fim envolver as claras cuidadosamente ao preparado anterior
- 6-Colocar numa forma untada com margarina e levar ao forno até estar cozinhado

**Como fazer:**

- 1-Passar a courgette com casca no liquidificador
- 2-Separar as gemas das claras e bater as claras em castelo

## Anexo 23- Ficha de atividade- Broa Castreja

### Ficha de Atividade

**Nome da atividade:** Confeção da Broa Castreja com a Tia Olinda

**Público-alvo:** Crianças e Jovens

**Duração:** 1h00

**Descrição:** De acordo com o tamanho do grupo, as crianças são divididas em grupos.

Esta atividade será realizada no forno comunitário da Aldeia de João Alvo.

Os jovens/crianças irão apreender a fazer a broa típica de Castro Laboreiro de forma tradicional, com a ajuda de um local, que irá explicar passo a passo como confeccionar a broa.

Quando a broa estiver terminada, com a ajuda de um monitor os jovens/crianças colocam o pão a cozer no forno comunitário a lenha.

## Anexo 24- Ficha de atividade- Bucho Doce

### Ficha de Atividade

**Nome da atividade:** Confeção da " bucho doce" com a tia Sara

**Público-alvo:** Crianças e Jovens

**Duração:** 1h00

**Descrição:** De acordo com o tamanho do grupo, as crianças são divididas em grupos.

Esta atividade será realizada no forno comunitário da Aldeia de João Alvo.

Os jovens/crianças irão apreender a fazer a sobremesa típica de Castro Laboreiro, o bucho doce de forma tradicional, com a ajuda de um local, que irá explicar passo a passo como confeccionar a sobremesa.

## Anexo 25- Ficha de atividade-Passeio ao castelo com o Tio Américo

### Ficha de Atividade

**Nome da atividade:** Atividades com a comunidade local- Passeio ao Castelo com o Tio Américo.

**Público-alvo:** Jovens e crianças (a partir dos 6 anos)

**Material:** Roupa e calçado apropriado

**Duração:** 2h30

**Descrição:** O passeio é feito até ao Castelo de Castro Laboreiro.

Esta atividade será acompanhada por um pastor local, tio Américo, ao longo do passeio as crianças terão a possibilidade de interagir com o local e adquirir novos conhecimentos enquanto estão a exercitar-se e rodeados pela natureza.

Durante a visita, o tio Américo explica como é o seu dia-a-dia como pastor e como era viver da pastorícia, partilhando histórias e lições de vida.

Quando chegarem ao castelo, as crianças terão um pequeno lanche com o tio Américo.

## Anexo 26- Ficha de atividade-Noite de lendas e histórias

### *Ficha de Atividade*

**Nome da atividade:** Noites de histórias e lendas

**Público-alvo:** Jovens e crianças

**Duração:** 2h00

**Descrição:** Esta atividade realiza-se após o jantar junto à fogueira na companhia de dois locais, a tia Maria e o tio Albano.

Ao longo da noite as crianças vão ouvir várias histórias e lendas da região, como: *A lenda da Inês Negra*, *A história do contrabando*, *A fera de Castro Laboreiro*, entre outras.

## Anexo 27- Ficha de atividade- Jogos de equipa

### *Ficha de Atividade*

**Nome da atividade:** Ladrões, Contrabandistas e Polícia

**Público-alvo:** Crianças e Jovens

**Material:** Quatro pistas para os ladrões, quatro para a polícia; dois mapas idênticos divididos em quatro partes cada; sete objetos para ser escondidos ou enterrados; duas pás( uma para cada equipa)

**Duração:** 1h00

**Descrição:** Um grande contrabando de valores foi escondido pelos contrabandistas, quando alguém os avisou que a polícia estavam à espera deles.

Tanto o grupo de ladrões como o grupo da polícia , estão empenhados em encontrar o contrabando.

Ambos os grupos sabem da existência de um mapa que tem, devidamente assinalado, os lugares onde o contrabando está escondido.

Só que para obter o mapa , que está dividido em quatro partes, as equipas deverão descobrir quatro pistas , cujos enigmas, uma vez descobertos , levarão a equipa ao local onde cada parte do mapa está guardada.

Haverá dois mapas e, portanto , as quatro pistas de um deles serão entregues aos ladrões e as quatro pistas do outro mapa serão entregues à polícia( os pedaços de mapa dos ladrões estarão em lugares diferentes aos da polícia).

Os dois mapas serão idênticos.

O grupo que conseguir juntar os pedaços do mapa primeiro poderá descobrir os sete lugares onde o contrabando estará escondido ou enterrado.

Quem obtiver o maior número de contrabando ganha.

## Anexo 28- Ficha de atividade-Jogos de quebra-gelo

### *Ficha de Atividade*

**Nome da atividade:** Puzzle do Conhecimento

**Público-alvo:** Crianças e Jovens

**Material:** Puzzle de imagens

**Duração:**1h00

**Descrição:** O jogo é constituído por imagens divididas em pedaços com o objetivo de as juntar formando essa mesma imagem.

Consoante a junção da imagem, era pedida uma apresentação entre todos, onde obrigatoriamente tinham de constar três características: Nome; Região proveniente; Passatempo favorito.

Posteriormente, elegido um porta-voz do grupo, este apresentava cada "pedaço da imagem", no sentido de todo o grupo ser conhecido

## Anexo 29- Ficha de atividade-Jogos noturnos

### Ficha de Atividade

**Nome da atividade:** Tutancamon

**Público-alvo:** Crianças e Jovens

**Material:** Coletes coloridos; fantasias, lanternas, material para elaborar as pirâmides e os pergaminhos

**Duração:** 1h00 ou 1h30

**Descrição:** Atividade noturna, onde o objetivo do jogo é desvendar os segredos das pirâmides e encontrar o pergaminho, pois isso vai direcionar a equipa para o tesouro.

É uma atividade desenvolvida à noite. O monitor contará a história de Tutancamon, que viveu no Egito. Cada grupo terá a obrigação de encontrar os pedaços de uma pirâmide da cor da sua equipa. As peças estarão espalhadas num certo espaço. Em cada lugar onde há pedaços da pirâmide, haverá também o nome de um deus egípcio. A equipa terá a tarefa de encontrar a peça da pirâmide da cor correspondente e memorizar o nome do deus egípcio e o local onde a peça foi encontrada. Ex: Osíris, no forno comunitário. Depois de encontrar todas as peças, os grupos devem montar a pirâmide. Na parte de trás da pirâmide montada haverá um nome de Deus. O grupo deve lembrar-se onde este deus foi encontrado. Ex. O grupo montou a pirâmide e observou o nome Osíris. O grupo deve então dirigir-se ao forno comunitário para procurar a pista que o levará ao lugar onde está Tutancamon. Chegando a este local, os guardiões darão ao grupo a pedra de roseta, que contém os seguintes enigmas: Qual é o animal sagrado do Egito; O nome das três pirâmides do Egito; O rio mais famoso do Egito. Decifrando-os, terão de se apresentar a Tutancamon, que dará ao grupo um pergaminho contendo o caminho para o tesouro.

Vence o grupo que conseguir obter o baú verdadeiro com o tesouro.

## Anexo 30-Ficha de atividade- Canyoning

### Ficha de Atividade

**Nome da atividade:** Water-Time -Canyoning

**Público-alvo:** Jovens e crianças (a partir dos 6 anos)

**Material:** Fato de banho, toalha, colete e capacete

**Duração:** 2h30

**Descrição:** O canyoning é feito em parceria com uma empresa especializada, Montes de Laboreiro, localizada em Castro Laboreiro

A atividade será realizada no rio Varziela, localizado em Castro Laboreiro.

Esta atividade consiste num percurso lúdico, ao longo de um troço do rio Laboreiro, onde pode realizar atividades como rappel, nadar em piscinas naturais, fazer saltos para lagoas rodeadas por falésias gigantes, tobogãs (slides naturais) e usar cordas e outros meios auxiliares de segurança, para realizar rappels e outras técnicas que lhe permitam chegar ao fim do percurso.

O grau de dificuldade do percurso é fácil e é aconselhável para crianças a partir dos 6 anos, isto porque os obstáculos são evitáveis.

## Anexo 31- Ficha de atividade- Escalada em parede natural

### *Ficha de Atividade*

**Nome da atividade:** Sports time – Escalada em parede natural

**Público-alvo:** Jovens e crianças (a partir dos 6 anos)

**Material:** Baudrier, capacete de escalada, pés de gato (sapatos de escalada), saco de magnésio, cordas e mosquetões. .

**Duração:** 1h30

**Descrição:** A escalda em parede natural é realizada numa parede rochosa na Aldeia de João Alvo.

Esta atividade baseia-se na escalada, mas em vez de ser realizada numa parede artificial é feita em rocha natural, tornando a atividade mais motivadora e desafiante.

Os jovens/crianças aprenderam técnicas básicas de escalada, tais como; apreender os principais nós, fazer segurança e a técnica de escalar na parede natural.

Toda a atividade é acompanhada por monitores incluindo um monitor com formação em escalda .

## Anexo 32-Ficha de atividade- Passeio pedestre com foto safári

### *Ficha de Atividade*

**Nome da atividade:** Passeio pedestre com foto Safári.

**Público-alvo:** Jovens e crianças (a partir dos 6 anos)

**Material:** Bicicletas, capacetes telemóvel ou máquina fotográfica

**Duração:** 1h30

**Descrição:** Esta atividade consiste num passeio a pé no Planalto de Castro Laboreiro, onde as crianças enquanto caminham têm a possibilidade de tirar fotografias dos arredores, o grau de dificuldade é mínimo.

A atividade é feita através de um percurso delineado no mapa, onde estão marcados vários pontos, que indicam os melhores locais para fotografar fauna e flora.

Ao organizar o passeio pedestre com foto de safari será necessário dividir os grupos, de modo a não perturbar o habitat natural da zona.

Toda a atividade é acompanhada por monitores.

## Anexo 33-Ficha de atividade-Tiro ao arco

---

### Ficha de Atividade

*Nome da atividade:* Sports time – Tiro ao arco

*Público-alvo:* Jovens e crianças (a partir dos 6 anos)

*Material:* Alvos e arcos e flechas próprios para crianças

*Duração:* 1h30

*Descrição:* Durante esta atividade os jovens aprenderam as técnicas básicas do tiro ao arco.

Toda a atividade é acompanhada por monitores

---

## Anexo 34- Ficha de atividade- Ida ao rio

### Ficha de Atividade

*Nome da atividade:* Water-Time -Ida ao Rio

*Público-alvo:* Crianças e Jovens

*Material:* Boias; colchoes de água; rede e bola de Voleibol; pistolas de água, etc

*Duração:* 1h00 ou 1h30

*Descrição:* Esta atividade consiste numa visita ao rio de Castro Laboreiro, na qual os jovens/crianças terão a oportunidade de relaxar e brincar da forma que quiserem, ou seja, terão livre arbítrio para decidir o que querem fazer. Poderão escolher entre jogar voleibol, brincar com as boias e colchoes de água, conviver entre eles enquanto apanham banhos de sol, entre muitas outras coisas.

Toda a atividade é acompanhada por monitores, incluindo monitores com a formação de nadador salvador.

## Anexo 35- Ficha de atividade- Stand-up Paddle/Canoagem

### *Ficha de Atividade*

*Nome da atividade:* Water-Time – Stand-up Paddle e Canoagem

*Público-alvo:* Jovens e crianças (a partir dos 6 anos)

*Material:* Fato de banho, toalha, colete e capacete, canoas, pranchas de stand-up Paddle e pagaias

*Duração:* 2h30

*Descrição:* O stand-up Paddle e a canoagem são realizados na Barragem das Conchas, na Galiza, a 25 minutos do local das Farm Holidays.

Esta atividade consiste numa saída de campo desportiva, onde os jovens/crianças podem experimentar ambos os desportos enquanto se divertem, exercitam, estão em contacto com a natureza, desenvolvem competências para trabalhar em equipa e coexistirem uns com os outros.

Toda a atividade é acompanhada por monitores, incluindo monitores com treino de nadador salvador.

## Anexo 36-Ficha de atividade- Pranayamas e Meditação

### *Ficha de atividade*

**Nome da atividade:** Pranayamas e Meditação

**Público-alvo:** Adultos

**Material:** Roupa de yoga, almofada de meditação, colchão de yoga e manta.

**Duração:** 45 minutos

**Descrição:** Atividade realizada num "open space" na Aldeia de João Alvo.

Pranayamas é uma técnica de respiração que aumenta a capacidade pulmonar, torna a respiração mais lenta e profunda, promovendo a concentração e o relaxamento do corpo e da mente.

Esta prática é feita sentado numa posição confortável

A meditação é feita sentada numa posição confortável, recorrendo ao uso de almofadas ou blocos, em que o objetivo é focar-se num determinado aspeto, removendo todos e quaisquer pensamentos.

Esta atividade promove a capacidade de foco, concentração e autoanálise.

---

## Anexo 37-Ficha de atividade- Yoga de recuperação

### *Ficha de atividade*

**Nome da atividade:** Yoga de Recuperação

**Público-alvo:** Adultos

**Material:** Roupa de yoga, colchão de yoga

**Duração:** 1h00

**Descrição:** Yoga específico para aliviar tensões de um dia a cavalo , com um relaxamento profundo.

## Anexo 38-Ficha de atividade- Yoga para melhorar a postura

### *Ficha de atividade*

**Nome da atividade:** Yoga para melhorar a postura

**Público-alvo:** Adultos

**Material:** Roupa de yoga, colchão de yoga

**Duração:** 45 minutos

**Descrição:** Atividade realizada num "open space" na Aldeia de João Alvo.

Esta atividade é baseada no yoga de "Asanas", ou seja, postura de yoga que visam promover o equilíbrio, a abertura pélvica, melhoria de postura, flexibilidade e força.

## Anexo 39- Ficha de atividade- Aula de yoga

### *Ficha de atividade*

**Nome da atividade:** Aula de Yoga

**Público-alvo:** Adultos

**Material:** Roupa de yoga, colchão de yoga, blocos e cinto de yoga

**Duração:** 1h00

**Descrição:** Esta atividade é realizada num "open space" na Aldeia de João Alvo.

Durante esta atividade o yoga flui de forma lenta e calma, aliviando qualquer tensão causada pela atividade do cavalo, qualquer dor causada pela má postura ou dor habitual do indivíduo.

A aula termina em yoga deitado, numa posição de descanso, promovendo um relaxamento profundo.

## Anexo 40- Ficha de atividade- Yoga com cavalos

### *Ficha de atividade*

*Nome da atividade:* Yoga com cavalos

*Público-alvo:* Adultos

*Material:* Roupa de yoga, colchão de yoga

*Duração:* 45 minutos

*Descrição:* Esta atividade é realizada num exterior das cavalariças da Ecotura.

Yoga com cavalos consiste em fazer meditação baseada na observação da postura e comportamentos dos cavalos.

O objetivo é fazer posturas de yoga ao lado dos cavalos, e simples posturas de yoga em cima do cavalo, promovendo a relação do cavaleiro com o cavalo.

Para realizar esta atividade são escolhidos os cavalos mais calmos e fiáveis, que já estão habituados a este tipo de atividade.

## Anexo 41-Ficha de atividade- Passeio pedestre com meditação

### *Ficha de atividade*

*Nome da atividade:* Passeio Pedestre com meditação

*Público-alvo:* Adultos

*Material:* Roupa de yoga, calçado confortável e almofada de meditação

*Duração:* 1h00

*Descrição:* Passeio a pé para desfrutar do ritmo da natureza, feito com calma e descontração, com o mínimo de ruído possível, que termina com meditação numa praia fluvial, inserida no bosque nas redondezas da Aldeia de João Alvo.

## Anexo 42-Ficha de atividade- Visita à adega “Quinta de Soalheiro”

### Ficha de atividade

**Nome da atividade:** Visita a uma adega local “Quinta de Soalheiro”

**Público-alvo:** Adultos

**Material:** Roupa confortável

**Duração:** 1h00

**Descrição:** Durante esta atividade , os clientes são convidados a visitar a adega local da Quinta de Soalheiro.

A atividade inclui uma visita guiada à adega, uma explicação de como funciona a dinâmica da adega, o processo dos vários vinhos e, finalmente, uma prova com os vários vinhos.

## Anexo 43- Exemplo do certificado do rotulo ecológico “ A flor”.



## Anexo 44- Feedback dos Clientes fornecido pelo Operador "In the Saddle"

### Feedback for visits from 1-Jan-18 to 26-Sep-20

No of responses: 16

### The Riding *Using a scale of 5 = excellent/very much so, to 1 = poor/not at all*

	Average	Min	Max
Were you matched with the right level of horse for your ability?	4.9	4	5
Were you satisfied with the variety of riding, pace or terrain?	4.6	3	5
Please rate the overall standard of the horses, tack and stables	4.8	4	5

### Comments on Riding and Horses

Marnelle Ward 22-Apr-18 (Q=Y)

Horses were very well trained and responsive. Only one had not handled the cold winter well and was rather thin. The riding was great but we unfortunately had some riders who had overestimated their riding ability. As a result, we had to slow our pace and swop horses a few times. Our hosts were most gracious throughout.

-----

Janet Whatley 22-Apr-18 (Q=Y)

Riding stallions isn't what we are experienced in doing...listen to Pedro! He knows how he wants his horses ridden. Fantastic ride, stunning scenery, food.... what can i say other than go there

-----

Alison Button 17-Jun-18 (Q=Y)

A really special place - the horses clearly have a wonderful life in this beautiful place under such great management and as a result are happy, well-mannered and forward-going - a delight to ride.

-----

Dagmar Vieth 23-Sep-18 (Q=Y)

The riding corresponded perfectly with my experience and expectations.

---

Janet Forbes 21-Apr-19 (Q=Y)

I loved the horse that I rode, he was calm, yet very responsive and well trained.

---

Bethany Deadman 2-Jun-19 (Q=Y)

The horses were all incredibly sure-footed, forward, responsive and kind. Whilst initially riding an impressive Lusitano Stallion, I had the opportunity to ride a Garrano mare on day 2 and it was love at first ride. She was bitless but I felt totally safe, most sensitive horse I have ever sat on. Our week was affected by rain so opportunities for fast riding were slightly less than usual and the itinerary did have to change, but still overall a fantastic week of riding in a stunning landscape.

---

Mette Bohnstedt 14-Jul-19 (Q=Y)

If you expect to be picked up exact on time in the morning and arrive at a streamlined barn with posh equipment and facilities, you will be disappointed. If, on the other hand, you expect to be picked up at 'southern relaxed time' and arrive at an authentic, warm-hearted and 'living' barn with horses, dogs and cats, you will be delighted. Very happy!

Pedro was very concerned about matching the most optimal equipage - based on temperament and personality. Not just riding skills. The connection between horse and rider was prioritized, which to me was an absolute plus, showing great love and a deep respect for the horses.

---

Phoebe Murray 11-Aug-19 (Q=Y)

The riding was brilliant - there were plenty of opportunities for trots and canters (terrain permitting of course in this beautiful setting, and the horses were a joy to ride - nicely responsive, forward-going, and calm. It's immediately clear that they are really well-loved and cared for.

-----  
Sarah Flint 25-Aug-19 (Q=Y)

Yes, definitely - a lovely riding holiday.  
-----

Trisha Mentzel 22-Sep-19 (Q=Y)

Pedro, is really concerned about all his animals in his care. The horses are well cared for, used to their work, and very fit. The speed of riding is very much governed by the terrain most is walking admiring the wonderful wild mountain scenery. Pedro is very relaxed and so calm and patient with his horses and makes the guests feel really well cared for. He is very knowledgeable and happy to inform one all about his horses and the animals which reside in the National Park. It is a great holiday to combine riding with sightseeing and visiting places of interest within a wild national Park. Pedro adjusted the days riding and programme dependent on the weather in the region.  
-----

Drusilla Nicholson 22-Sep-19 (Q=Y)

Yes it was very good - unusual in that we were up so high and remote, but wonderful that we could see for miles and into Spain. The weather was not too good, but the willing and charming horses made up for that.  
-----

Donnaldson Brown 13-Oct-19 (Q=Y)

I rode a really lovely young Lusitano gelding. I liked him very much. Well trained, and pretty.  
-----

## **Accommodation**

*Use a scale of 5 = excellent, to 1 = poor*

	<b>Average</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>
Please rate your room(s) for comfort and facilities	4.9	4	5
How did you find the standard of food?	4.9	4	5

## Comments on Accommodation and Food

Marnelle Ward 22-Apr-18 (Q=Y)

The food was excellent! Anabella is a woman of many talents.

---

Alison Button 17-Jun-18 (Q=Y)

The house is a perfect base, stylish and super-comfortable. The excellence of the home-cooked food every night was a real luxury!

---

Dagmar Vieth 23-Sep-18 (Q=Y)

Home cooked meals with local, fresh ingredients, very high standard and a very good understanding for me being a vegetarian (because Anabel is a vegetarian too!)

Janet Forbes 21-Apr-19 (Q=Y)

The house where we stayed was in a lovely location and the food was absolutely amazing. Anabela is the best chef!!

---

Bethany Deadman 2-Jun-19 (Q=Y)

The house is very comfortable and beautifully presented. I loved Anabela's artwork. Pedro and Anabela are great hosts and all the food was fresh and delicious. Dinner is served quite late (9pm) and it did take me a couple of days to adjust to this. Pedro and Anabela are visionaries with big plans, so there are works going on in the buildings around the house, which in no way affected our stay but certainly makes me want to come back and see the finished product.

---

Phoebe Murray 11-Aug-19 (Q=Y)

The guesthouse is a lovely relaxing place to decompress after a day's riding, and Anabela's food is delicious!

---

Sarah Flint 25-Aug-19 (Q=Y)

Very good accommodation with lovely individual touches.

---

Beth Thornalley 15-Sep-19 (Q=Y)

Annabella is a fantastic cook. All of her meals were amazing.

---

Trisha Mentzel 22-Sep-19 (Q=Y)

Anabela has tastefully decorated the country house with furnishing appropriate for the region. She is very creative and made many of the wooden furnishings in the house. Anabela also cooked authentic Portuguese food, for the evening including delicious soups, fish and chicken dishes. Vegetarians are also catered for. The house is warm with updated bathrooms beautifully decorated.

Drusilla Nicholson 22-Sep-19 (Q=Y)

Nice and warm, lovely hot water in the showers, and comfy beds . The food was excellent with lots of wine, and very good company with Pedro and Anabela, a delightful German volunteer girl and a charming Dutch couple at meals. We were very well looked after.

---

Donnaldson Brown 13-Oct-19 (Q=Y)

The manor house that Pedro and Anabella restored is beautiful. The homecooked dinners were delicious. The lunches at the cafe were fine. It turns out that the better restaurant was closed for vacation until the last day I was there. I'm sure that usually one would have several lunches at the "better" restaurant.

---

## **Other comments and feedback by phone/e-mail**

---

Marnelle Ward 22-Apr-18 (Q=Y)

The riding ability of other guests can make or break a riding holiday....

---

Alison Button 17-Jun-18 (Q=Y)

Absolutely wonderful holiday. This part of Portugal is very special indeed - riding in such a beautiful and remote place, away from other people and traffic and among the wild horses where they live, was a real treat.

---

Anne Hoffmann 19-Aug-18 (Q=Y)

Lovely week in Northern Portugal. I was the only guest that week and felt very well looked after and enjoyed the week very much.

---

Lynn Osten 2-Sep-18 (Q=Y)

Wonderful riding holiday.

---

Dagmar Vieth 23-Sep-18 (Q=Y)

Wonderful experience of nature and hospitality. A perfect week of beautiful landscape, wonderful food, and the best hosts imaginable, who really made us feel extremely welcome. They know so much about the area, the wildlife, the history of the place - and share their knowledge in a friendly and always entertaining way. The guesthouse is a place with so many beautiful details, lovingly restored, and also provides all luxuries we "need" and you feel right at home. The horses are just wonderful, each with their own character to suit different riders.

---

Janet Forbes 21-Apr-19 (Q=Y)

The countryside in Northern Portugal is so wild and untouched. It really was a pleasure riding in such an amazing place.

---

Bethany Deadman 2-Jun-19 (Q=Y)

Ecotura House and the Peneda-Gerês National Park is a hidden treasure and is a great place to get away from it all and relax and recharge. Pedro and Anabela are kind and welcoming,

nothing is too much trouble and they go the extra mile for their guests. The landscape is beautiful and a great variety of riding terrain. I was surprised by how wet and cool it was for June (apparently this was unusual). Bring good waterproofs! And the non riding activities (e.g. castle/town visits) gave a really good flavour of the region.

---

Trisha Mentzel 22-Sep-19 (Q=Y)

I really did enjoy the holiday combining riding with sightseeing and getting to know the environment. Anyone looking for a ride in nature this is definitely the ride. Pedro how he runs things and he does his best and I really liked him and his vast knowledge on horsemanship. I was most impressed with Pedro with the attention to detail in making sure we are all fine with our horses and accommodation. He found out what kind of horse our group would like and fitted each rider well to their mount. He also adjusted the ride speed to the guests, we were more into leisurely riding with time to take in the surrounding scenery it was a more relaxed ride, as opposed to some guests who may prefer faster riding which he can also accommodate. and he treats all his animals like a loving family member.

---

Drusilla Nicholson 22-Sep-19 (Q=Y)

A lot of the riding was on very stony ground, it was amazing the horses took it so well.

---

Donnaldson Brown 13-Oct-19 (Q=Y)

My experience was rather unique, I think. I was the only guest. It rained nearly every day, so I could actually only ride three days. I did absolutely love the terrain. I felt really off the touristy track, which I enjoyed. Pedro and Anabella are delightful and interesting. And the days we couldn't ride, Pedro was sure to take me sightseeing and wine tasting. I also write. So to have several afternoons on my own at the beautiful restored house to read and write, with the rain falling gently outside, was delightful.

---

## Anexo 45 – Proposta de Valor dos Pacotes de Férias

<b><i>Pacotes Férias</i></b>	<b><i>Valor € (por pessoa por semana) com tudo incluído (alimentação, alojamento e transporte)</i></b>
<b>Horse Ridding Holidays</b>	1.570€
<b>Yoga Holidays</b>	1.470€
<b>Farm Holidays</b>	600€

## Anexo 46- Recursos Físicos e Financeiros

<b>Material</b>	<b>Preço/ por material</b>
<b>Guias</b>	6,00€ (Já existe)
<b>Cabeções</b>	14,00€ (Já existe)
<b>Arreios</b>	200€ (Já existe)
<b>Suadores</b>	25,00€ (Já existe)
<b>Material de Limpeza (escovas, cardoas, ferro de cascós, esponjas, ETC)</b>	15,00€ (Já existe)
<b>Canoas</b>	180,00€ (Já existe)
<b>Lençóis/Almofadas/Colchões</b>	80,00€ (Já existe)
<b>Colchoes de Yoga</b>	15,00€
<b>Almofadas de Yoga</b>	25,00€
<b>Material e Jogos de Água</b>	50,00€
<b>Carrinha de 9 lugares</b>	5,000€ (já existe)
<b>Material Digital (Camaras/GoPro, etc.)</b>	600€

## Anexo 47- Custos Fixos e Variáveis

	Preços fixos	Preços Variáveis	
<b>Pagamento funcionários (por mês)</b>	Guia Equestre- 1.500€ Prof.Yoga-1.500€ Res.C.Férias-1.500€ Sra.Limpeza-600€ Cozinheiro-1.200€ <b>Total-6.300€</b>		
<b>Água/Eletricidade(mês)</b>	170 €		
<b>Marketing</b>		4.000€	
<b>Casas Eco</b>		11.189,93€	
<b>Typies</b>		530€ × 5 Typies–2.650€	
<b>Alimentação Animais(mês)</b>	800€		
<b>Alimentação Clientes(mês)</b>	3.000€		
<b>Gasóleo(mês)</b>	300€		
<b>Manutenção Veículos</b>		1000€	
<b>Material Tecnológico</b>		600€	
<b>Total</b>	10.570€	19.430,96	30.000,96€

## Anexo 48- Modelo Canvas “Ecotura”

<p><b>Parcerias-Chave</b></p> <p>Operadores Internacionais (divulgam a oferta)</p> <p>Camara Municipal (Promoção)</p> <p>Solar do Alvarinho (promove e desenvolve atividades em conjunto)</p> <p>Melgaço Radical e Montes do Laboreiro (desenvolvem e promovem atividades em conjunto)</p> <p>Bloggers, revistas e instagramers (promoção e divulgação)</p>	<p><b>Atividades Chave</b></p> <p>Apostar no Marketing e Promoção</p> <p>Aumentar e dinamizar o leque de atividades</p> <p>Aumentar a produtividade da empresa</p> <p>Melhoria do alojamento locais</p>	<p><b>Propostas de Valor</b></p> <p>Para o cliente: Mais opção de escolha relativamente às atividades</p> <p>Férias de natureza em pleno P.N.G. em Portugal</p> <p>Mais abrangente e dinâmico de forma a atrair novos ricos</p> <p>Alojamento Eco, personalizado e Tradicional</p> <p>Pacotes sem preocupação (somente com o voo)</p> <p>Experiência de acordo com a expectativa</p> <p>Paísagens incríveis em lugares remotos</p> <p>Atendimento personalizado e dedicado</p> <p>Melhorar a experiência Turística</p> <p>Para a empresa- Mais clientes; Organização facilitando logística; Abrir portas a novos mercados; Reconhecimento nacional e internacional; Maior alcance nas redes sociais; nova dinâmica; Aumento budget</p>	<p><b>Relacionamento</b></p> <p>Atendimento personalizado e dedicado “Clientes sentem que são tratados como família”</p> <p>Mantem contacto “After Holidays” através de grupo WhatsApp com os antigos clientes</p> <p>Ótima relação com o cliente durante toda a sua estadia</p>	<p><b>Segmentos de Clientes</b></p> <p>Pessoas entre os 20 e os 65 anos com gosto por andar a cavalo em plena natureza como no PNG em Portugal</p> <p>Pessoas entre os 20 e os 65 anos com gosto pela prática de Yoga e ao mesmo tempo andar a cavalo, gosto por retiros em pleno PNG</p> <p>Jovens entre os 8 e os 16 anos que gostem de se divertir, com interesse pela natureza e por adquirir novos conhecimentos em plena natureza no PNG</p> <p>Público Nacional e Internacional</p>
<p><b>Estrutura de Custos</b></p> <p>Custos Fixos- Pagamento Funcionários; Água/Electricidade; Alimentação Clientes; Alimentação Animais; Gasóleo.</p> <p>Custos Variáveis- Marketing; Reabilitação Casas; Manutenção Veículos; Material Tecnológico; Compra dos Typies</p>		<p><b>Fontes de Receitas</b></p> <p>Vendas dos pacotes de férias</p> <p>Alojamento Eco</p> <p>Merchadaising</p>		<p><b>Canais</b></p> <p>Operadores Internacionais (divulgam a empresa/atividades); Pagina Oficial (com ofertas/preço/contactos); R. Sociais (Divulgação de conteúdo digital); <a href="#">Leuistas de Natureza e Turismo</a>(Ex: Evasões); Parcerias com a Camara Municipal e Empresas Locais; Convidar Bloggers e instagramers para divulgar conteúdo e as férias</p>

## Anexo 49- Contactos Operadores

<i>Nome Operador</i>	<i>Contacto</i>
<b>In the Sadle (Reino Unido)</b>	<a href="mailto:Olwen@inthesaddle.com">Olwen@inthesaddle.com</a>
<b>Centaur Trails (Holanda)</b>	<a href="mailto:Info@centaurtrails.com">Info@centaurtrails.com</a>
<b>Perlenfaenger (Alemanha)</b>	<a href="mailto:Kontakt@perlenfaenger.com">Kontakt@perlenfaenger.com</a>
<b>Trailfinders Ridding Holidays (Bélgica)</b>	<a href="mailto:info@horseholiday.com">info@horseholiday.com</a>
<b>Tripaneer (Holanda)</b>	<a href="mailto:Cristiana@bookhorseridingholidays.com">Cristiana@bookhorseridingholidays.com</a>
<b>Far and Ride (Reino Unido)</b>	<a href="mailto:Holly@farandride.com">Holly@farandride.com</a>
<b>Paardenpas (Holanda)</b>	<a href="mailto:Patricia@paardenpas.nl">Patricia@paardenpas.nl</a>
<b>Hight Point Tours (América)</b>	<a href="mailto:Cathy@highpointetours.com">Cathy@highpointetours.com</a>

## Anexo 50- Email enviado ao Operadores

Para: Kontakt@perlenfaenger.com



Ecotura questionnaires.docx  
157,65 KB

Good Morning

My name is Mariana Alarcão and at the moment I am finishing my Master's Degree in Tourism and Environment in the Polytechnic of Tourism and Sea Technologies in Peniche, Lisbon.

My project is based on the Dynamism and Rehabilitation of the company Ecotura and as an instrument of data collection I prepared some questionnaires that will help me to complete my thesis.

These questionnaires are aimed at operators who work with Ecotura.

And for this reason I will need your help to complete them.

They are quick-response questions that won't take you long.

Your help will be very important to me and will enable me to finish my thesis successfully.

Once again, thank you very much for your attention and help.

I look forward to your reply.

Best regards

Mariana Alarcão

Enviado do [Correio](#) para Windows 10

## Anexo 51: Questionário feito ao Operadores



### Questionnaire

*This questionnaire is part of a research thesis by Mariana Alarcão, within the scope of the Master's course in Tourism and Environment, School of Tourism and Technology of the Sea, Polytechnic Institute of Leiria, and is attached to the project "Dynamization and Rehabilitation of Ecotura"*

*The questionnaire aims to collect information to develop a solid basis for the project.*

*The result will be enriched by your collaboration.*

*Thank you in advance for your cooperation*

**1. Name of the Operator:** \_\_\_\_\_

**2. Country:** \_\_\_\_\_

**3. Has an operator which type of holidays do you promote?**

---

---

---

**4. Related with Ecotura which package of holiday's have better revenue?**

---

---

---

**5. What are the main countries that purchase Ecotura Holidays?**

---

---

---

**6. In general, what is the main target of Ecotura, regarding gender and age?**

---

---

---

**7. What distinguishes Ecotura from other companies?**

---

---

---

**8. What is the average number of days that the customer's book?**

---

---

---

**9. In general, what is the feedback of the customers?**

---

---

---

**10. Has an operator is it normal to sell Ecotura Holidays more than once to the same customer?**

---

---

---

**11. If Ecotura starts to advertise Yoga Holidays with horses, do you think it would have a successful feedback?**

---

---

---

**12. If Ecotura starts to advertise children activities Holidays with horses, do you think it would have a successful feedback?**

---

---

*Thank you for your help*

## Anexo 52-Respostas dos Questionários.

	Pais	Férias + vendida	Idade/ sexo/ pais	Distingue das outras empresas	Número de dias que marcam	Remarca?	Feedback cliente	Pacotes férias yoga	Pacotes férias Farm Holidays
<b>Centaur Trails</b>	Holanda	Wolves and Wild Horses	Mulheres 35-55 Holanda	Destino c/beleza única, preocupação com a natureza	8 noites 7 dias	Este tipo de cliente não remarca normalmente		Sim, o turista procura pode ter sucesso	Sim, existem muitas perguntas sobre este tipo de programa
<b>Tripaneer</b>	Holanda	Wolves and Wild Horses	Women US; Hong Kong; UK, Suíça	A junção do lobo e do cavalo, os anfitriões; as casas e beleza do local	5 a 8 dias	Este tipo de cliente não remarca normalmente	Feedback muito bom sobre os anfitriões, alojamento, cavalos e cenário	Sim, a junção dos cavalos e do yoga pode ter muito sucesso	Sim, tem muita procura e sucesso
<b>Paardenpas</b>	Holanda	Wolves and Wild Horses	Mulheres 40-55 Holanda, UK	A paisagem	6 a 7 dias	As vezes, mas não é usual neste tipo de nicho	Tempo e cavalos	Sim, as pessoas podem aderir	Não sabe porque não é o público- alvo
<b>Far and Ride</b>	Reino Unido	Wolves and Wild Horses	Mulheres, 40-60, UK, França, Alemanha, USA e Escandinávia	A natureza, a vida selvagem e o os anfitriões	7 noites	Em alguns casos sim	Os cavalos e o seu comportamento, o ambiente e a comida	Sim, apesar de não ser o público-alvo	Sim dependendo do será oferecido e do tamanho dos cavalos
<b>Trailfinders Ridding Holidays</b>	Holanda e Bélgica	Wolves and Wild Horses e Ridding clinics	Mulheres 40-60 Holanda e Bélgica	Férias para iniciados com passeios no exterior	8 dias 7 noites	Não normalmente o cliente todos os anos marca férias diferentes	Bom	Não é público alvo	Não vendem
<b>In the Saddle</b>	Reino Unido	Wolves and Wild Horses	Mulheres 40-60 Reino unido	Paisagem, anfitriões e alojamento	8 dias 7 noites	Normalmente o cliente marca férias diferentes todos os anos	Muito bom	Possivelmente sim	Sim, mas não convém misturar adultos e crianças
<b>Hight Point Equestrian Tours</b>	América	Wolves and Wild Horses	Mulheres, 50 anos U.S	Localização	6 dias	Não	Muito bom	Sim	Não é o mercado