

Patrícia Alexandra da Silva Gonçalves

Estudo das (Des)motivações para a prática de
Turismo em Espaço Rural: o caso da Região
Centro

Tese de Mestrado

Gestão Turística

Orientador: Professor Doutor Joaquim Antunes

Coorientador: Professora Doutora Cristina Barroco

Janeiro de 2020



RESUMO

O Centro é uma região com um enorme potencial turístico, estando cada vez mais associada a projetos de desenvolvimento sustentável no Turismo em Espaço Rural (Gomes, 2015).

O Turismo em Espaço Rural (TER) tem recebido mais atenção de pesquisadores, políticos e gerentes, associado ao reconhecimento da "crise rural" e ao desejo de resolvê-la (Kastenholz, 2013), sendo uma estratégia de desenvolvimento importante para algumas áreas rurais.

O TER pode ser visto não só como uma alternativa turística, mas também como um fator importante para o desenvolvimento económico do meio rural. Irá, também, permitir ao turista o desenvolvimento da sua cultura pessoal e ter a oportunidade de adquirir novas experiências e conhecimentos.

Os estudos realizados até à data têm-se centrado, essencialmente, nas motivações dos frequentadores das unidades TER sem analisar os motivos dos não frequentadores.

O objetivo deste trabalho é perceber quais as principais desmotivações/ constrangimentos que levam o turista a não procurar o produto TER, na região Centro de Portugal.

Para alcançar este objetivo, metodologicamente, recorreu-se a uma revisão de literatura dos conceitos associados ao TER, tais como o enquadramento histórico, o conceito e os principais objetivos da modalidade, o perfil do turista de TER, bem como as suas motivações e constrangimentos para a prática do mesmo e uma análise estatística a nível nacional e uma análise da região Centro.

Posteriormente, procedeu-se a entrevistas a proprietários de alojamentos da modalidade TER e aplicaram-se 507 inquéritos por questionário, em que 150 foram inquiridos pessoalmente e os restantes através de um inquérito *online*, tentando abranger a região Centro, para recolha de informação e dados, aplicados entre os meses de julho e outubro de 2019.

Os resultados permitem concluir que os constrangimentos mais significativos para a prática de TER, incidiram na preferência por outro tipo de turismo, a falta de gosto pelo campo e pela natureza, unidades de alojamento TER localizadas em territórios despovoados e com grande envelhecimento da população e, ainda, existência de poucas atividades complementares (equipamentos desportivos, animação, entre outros).

Por outro lado, quanto às principais motivações, observou-se que os turistas de TER valorizam, principalmente, a fuga à vida citadina, o contacto com a natureza, o refúgio da vida quotidiana, o relaxamento físico e mental e a boa hospitalidade e receção nos estabelecimentos.

ABSTRACT

The Center is a region with enormous tourism potential, becoming increasingly associated with sustainable development projects in Rural Tourism (Gomes, 2015).

Rural Tourism (TER) has received more attention from researchers, politicians and managers, associated with the recognition of the "rural crisis" and the desire to solve it (Kastenholz, 2013) being an important development strategy for some rural areas.

The TER can be seen not only as a tourist alternative, but also as an important factor for the economic development of rural areas.

It will also allow tourists to develop their personal culture and can acquire new experiences and knowledge.

The studies conducted to date have focused essentially on the motivations of TER unit users without analyzing the reasons for non-users.

The aim of this paper is to understand which are the main demotivations / constraints that lead the tourist not to look for the TER product in the Central Portugal Region.

To achieve this objective, methodologically, a literature review of the concepts associated with TER was used, such as the historical background, concept and the main objectives of the modality, the profile of the TER tourist, as well as their motivations and constraints for the practice of the TER and a statistical analysis at national level and an analysis of the Centro Region.

Subsequently, interviews were conducted with owners of accommodation of the TER modality and 507 surveys were applied by questionnaire., in which 150 were surveyed in person and the rest through an *online* survey, trying to cover the Central Region, to collect information and data, applied between the months of July and October 2019.

The results allow us to conclude that the most significant constraints for the practice of TER, focused on the preference for another type of tourism, lack of taste for the countryside and nature, TER accommodation units located in territories that are depopulated and with great aging populations, and, scarce of complementary activities (sports equipment, animation, among others).

On the other hand, regarding the main motivations, it was observed that TER tourists value, mainly, the escape from city life, contact with nature, the refuge of everyday life, physical and mental relaxation and good hospitality and reception in establishments.

PALAVRAS CHAVE

Turismo em Espaço Rural

Meio Rural

Motivações

Constrangimentos

Região Centro

KEY WORDS

Rural Tourism

Rural area

Motivations

Constraints

Central Region

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço aos meus orientadores, Professor Doutor Joaquim Antunes e Professora Doutora Cristina Barroco pela excelente orientação, pela total disponibilidade e, sobretudo, pela compreensão, por todo o apoio e incentivo nos momentos de mais desânimo. Sem isto, a conclusão deste trabalho teria sido impossível.

Agradeço a todos os que participaram no meu estudo e contribuíram para o desenvolvimento do mesmo.

Um especial obrigado à minha família, namorado e amigos que me apoiaram, ajudaram e me motivaram a concluir mais uma etapa da minha vida.

ÍNDICE GERAL

ÍNDICE GERAL.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
ÍNDICE DE QUADROS	xi
ABREVIATURAS E SIGLAS	xii
1. Introdução	1
1.1 Objetivos	2
1.2 Metodologia.....	3
1.3 Estrutura do trabalho	4
2. Turismo em Espaço Rural.....	5
2.1 Enquadramento histórico do TER	5
2.2 Conceito do TER.....	7
2.3 Objetivos do TER.....	7
2.4 Modalidades do TER.....	8
2.5 Análise Estatística do TER.....	9
2.5.1 Caraterização a nível Nacional	9
2.5.2 Caraterização da Região Centro.....	12
2.6 Perfil do Turista.....	16
2.7 Motivações do Turista.....	17
2.7.1 Fatores Motivacionais do TER	19
2.8 Constrangimentos do TER	21
2.8.1 Fatores (des)motivacionais do TER.....	21
3. Metodologia	24
3.1 Método Qualitativo: Entrevistas Exploratórias	24
3.2 Método Quantitativo: Desenvolvimento do Questionário.....	26
3.2.1 Inquérito por questionário	26
3.2.2 Tratamento de dados do inquérito por questionário.....	28
4. Análise e Discussão dos Resultados	30
4.1 Análise das entrevistas	30

4.1.1	Entrevistas aos proprietários.....	30
4.1.2	Entrevista ao consultor	32
4.2	Análise dos inquéritos.....	33
4.2.1	Perfil da amostra.....	33
4.2.2	Análise fatorial exploratória.....	40
5.	Conclusões.....	48
	Referências Bibliográficas.....	52
	Anexo 1 – GUIÃO DA ENTREVISTA (PROPRIETÁRIOS).....	59
	Anexo 2 – GUIÃO DE ENTREVISTA (CONSULTOR).....	60
	Anexo 3– INQUÉRITO EM LÍNGUA PORTUGUESA.....	61
	Anexo 4– INQUÉRITO EM LÍNGUA INGLESA	65

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Dormidas no TER e no TH, por modalidade, ano 2017.....	10
Figura 2. Dormidas no TER e no TH, no ano 2004, 2017 e 2018.	11
Figura 3. Distritos da região Centro.....	13
Figura 4. Número de Estabelecimentos, por NUTS II.	14
Figura 5. Número de Camas, por NUTS II.	14
Figura 6. Hóspedes por país de residência e NUTS II.	15
Figura 7. Dormidas por país de residência e NUTS II.	15
Figura 8. Dormidas em meios de alojamento turístico.	16
Figura 9. Frequência com que os turistas viajam/vão de férias.	36
Figura 10. Modalidades de alojamento.	38
Figura 11. Alojamento numa unidade TER.	39
Figura 12. Férias na região Centro.....	39
Figura 13. Cruzamento de fatores motivacionais com quem já ou não praticou TER.	46

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1: Fatores motivacionais do TER.	19
Quadro 2: Variável Interna Motivação: Constructo, Variáveis e Escala.....	19
Quadro 3: Fatores (Des)motivacionais do TER.	22
Quadro 4. Descrição das unidades de TER entrevistadas	25
Quadro 5. Variáveis motivacionais adaptadas para o inquérito.	27
Quadro 6. Variáveis (des)motivacionais adaptadas para o inquérito.	28
Quadro 7: Distribuição dos inquiridos pelo país de residência.	34
Quadro 8: Distribuição dos inquiridos pelo género e faixa etária.	34
Quadro 9: Distribuição dos inquiridos pelas habilitações literárias e ocupação profissional. .	35
Quadro 10: Distribuição dos inquiridos pelo estado civil e rendimento mensal disponível. ...	35
Quadro 11. Resposta à questão “Com quem, normalmente, viaja/ vai de férias?”.	37
Quadro 12. Resposta à questão “Qual o tipo de turismo que procura com maior frequência?”.	37
Quadro 13. Média e Desvio Padrão das variáveis motivacionais analisadas.	40
Quadro 14. KMO e Teste de Bartlett para as variáveis de motivações analisadas.....	41
Quadro 15. Matriz de Componentes após rotação das variáveis de motivações analisadas. ...	42
Quadro 16. Média e Desvio Padrão das variáveis (des)motivacionais analisadas.	43
Quadro 17. KMO e Teste de Bartlett para as variáveis de desmotivações analisadas.	44
Quadro 18. Matriz de Componentes após rotação das variáveis de desmotivações analisadas.	45

ABREVIATURAS E SIGLAS

ESTGV	Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu
INE	Instituto Nacional de Estatística
IPV	Instituto Politécnico de Viseu
NUTS	Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos
TER	Turismo em Espaço Rural
TH	Turismo de Habitação

1. Introdução

O meio rural é procurado por diversos motivos, desde as atividades recreativas e o interesse em descobrir algo novo, ligado ao autêntico e ao tradicional, ao retorno “efêmero” às origens para visitar a família e amigos por parte daqueles que partiram, expressando uma intenção de recuperar a ligação “umbilical” ao lugar de proveniência e também às origens do Homem em equilíbrio com a natureza (Kastenholz, 2002).

O Turismo em Espaço Rural (TER), sendo uma das formas de turismo que visa aproveitar a disponibilidade de residências rurais tradicionais, permite uma ligação mais direta com a natureza, com os habitantes e com os seus usos e costumes locais, começando-se a encarar a compatibilidade entre as atividades turísticas e recreativas com as potencialidades da exploração agrícola e os recursos ambientais (Coutinho, 2012).

Tem sido, também, considerado um meio de alcançar o desenvolvimento económico e social, sendo promovido como uma fonte efetiva de rendimento e emprego, particularmente nas áreas rurais periféricas onde as indústrias agrárias tradicionais diminuíram (Sharpley, 2002).

O TER tem recebido cada vez mais atenção de pesquisadores, políticos e gerentes, associado ao reconhecimento da "crise rural" e ao desejo de resolvê-la (Kastenholz, 2013), sendo uma estratégia de desenvolvimento importante para algumas áreas rurais.

O desenvolvimento do turismo rural é altamente determinado pelas características do território das áreas rurais e a paisagem pode ter um impacto importante na experiência de turismo vivida pelos visitantes nessas áreas (Carneiro, Lima & Silva, 2013).

Este tipo de turismo beneficia de um meio ambiente saudável e pitoresco, da atração turística natural, dos valores histórico-culturais, das tradições e dos costumes presentes no meio rural, sendo a forma mais eficiente de avaliar os recursos locais existentes no meio rural (Darau, Corneliu, Brad & Avram, 2010).

1. Introdução

A região Centro de Portugal, atuando sob a marca Turismo do Centro, vai conseguindo promover a criação da imagem pretendida na mente do turista, desenvolvendo a sua identidade em mercados relativamente próximos ou com características semelhantes (Melo, 2003).

O Centro é uma região com um enorme potencial turístico, estando cada vez mais associada a projetos de desenvolvimento sustentável no TER (Gomes, 2015).

Assim, o TER não é apenas uma alternativa turística, mas um fator essencial para o desenvolvimento económico do meio rural, permitindo ao turista o desenvolvimento da sua cultura pessoal e, ainda, a oportunidade de adquirir novas experiências e conhecimentos.

Relativamente às suas motivações, os principais motivos que acompanham os turistas de TER estão relacionados com a boa hospitalidade nos estabelecimentos, assim como, a forma personalizada de serem bem-vindas nos mesmos, o contacto próximo com a natureza e os benefícios de saúde associados. Outra das razões que influencia o turista é a variedade de atrações e atividades disponíveis nas propriedades, como por exemplo, a gastronomia e passeios a cavalo (Kastenholz & Santos, 2013).

O TER ser visto como uma “fuga” à vida citadina agitada é, também, um motivo subjacente frequentemente mencionado, assim como a localização e o gosto pela região em que o estabelecimento está inserido (Kastenholz & Santos, 2013.)

Ainda assim, o TER continua a ter uma procura reduzida pelo que é importante perceber quais os principais motivos que poderão influenciar o turista a não frequentar este tipo de turismo e é a partir desse tema que o presente trabalho se desenvolve.

1.1 Objetivos

Esta dissertação tem como principal objetivo perceber quais as principais desmotivações/constrangimentos que levam o turista a não frequentar o TER, na região Centro de Portugal e, paralelamente, os motivos que levam o turista a procurar e escolher o mesmo.

Os estudos científicos realizados até à data, têm-se centrado apenas nas motivações dos frequentadores dos espaços de TER, sem analisar os motivos dos não frequentadores.

1. Introdução

Pretende-se, assim, contribuir para colmatar esta lacuna na literatura, estudando os motivos pelos quais os turistas não procuram o produto TER em comparação com os frequentadores destes espaços turísticos. Os principais objetivos com a realização do presente trabalho passam por:

- Apresentar o produto turístico TER;
- Concetualizar o TER;
- Analisar a oferta e procura de TER na região Centro de Portugal;
- Avaliar o mercado do TER a nível nacional;
- Identificar os principais constrangimentos dos turistas de TER, na região Centro;
- Identificar as motivações dos turistas de TER.

1.2 Metodologia

O desenvolvimento da presente dissertação passou essencialmente por três etapas diferentes.

Uma primeira fase passou pela recolha bibliográfica, incluindo artigos científicos e dissertações sobre temas como as motivações e constrangimentos do TER, as modalidades e os objetivos deste produto e o perfil do turista de TER.

Posteriormente, elaborou-se um guião de entrevista e foram realizadas sete entrevistas semiestruturadas entre os meses de abril e maio de 2019, direcionadas a proprietários de diferentes modalidades de TER e a um consultor de uma empresa de Certificação.

Numa terceira etapa e com base na revisão de literatura, procedeu-se à elaboração e aplicação de um inquérito por questionário, entre os meses de julho e outubro de 2019, com o intuito de averiguar quais as principais motivações e desmotivações para a prática de TER.

Estes inquéritos foram aplicados, a consumidores de turismo, entre os meses de julho e outubro de 2019, presencialmente, nas cidades de Aveiro, Coimbra, Figueira da Foz e Viseu (150 inquéritos) e de forma *online*, em plataformas nas redes sociais direcionadas para o turismo na região Centro (357), apresentando neste trabalho os resultados de 507 inquéritos.

1. Introdução

1.3 Estrutura do trabalho

O presente trabalho encontra-se dividido em cinco capítulos.

No primeiro capítulo é feita uma breve introdução ao tema e a justificação do mesmo; são apresentados, de forma sucinta, os objetivos do estudo, a metodologia aplicada e a estrutura do trabalho.

O segundo capítulo refere-se à Revisão de Literatura, abordando temas centrais do estudo como o enquadramento do TER, o conceito, os objetivos e modalidades do mesmo, análise estatística relativa à procura e oferta, tanto a nível nacional como a nível da região Centro, o perfil do turista, as suas motivações e constrangimentos para a prática desta modalidade.

O terceiro capítulo é dedicado à metodologia adotada no presente estudo, descrevendo os objetivos e os processos de recolha e análise dos dados (método qualitativo e quantitativo).

No capítulo quatro, apresenta-se a análise e discussão dos resultados obtidos na investigação realizada através das entrevistas realizadas e do inquérito por questionário aplicado na região Centro.

Por último, no capítulo cinco, apresentam-se as principais conclusões, bem como os principais contributos teóricos e práticos do estudo, a indicação das limitações encontradas ao longo do mesmo e sugestão de possíveis linhas de investigação sobre o tema para o futuro.

2. Turismo em Espaço Rural

Neste capítulo apresenta-se a revisão de literatura com as temáticas centrais do estudo: o enquadramento histórico do TER, o seu conceito, os principais objetivos e as diversas modalidades do mesmo.

Será feita uma análise estatística, relativamente à oferta e procura do TER a nível nacional e na região Centro e, ainda, o perfil do turista de TER bem como as suas motivações e constrangimentos para a prática deste tipo de turismo.

2.1 Enquadramento histórico do TER

A primeira experiência de TER em Portugal, surge em 1978, com a criação de um novo produto, desenvolvido e comercializado tanto para turistas nacionais como estrangeiros, com poder de compra e propensão para férias repartidas, sendo esta experiência desenvolvida inicialmente em duas regiões, Norte (Ponte de Lima e Vouzela) e Alentejo (Castelo de Vide e Vila Viçosa) (Cavaco, 1999).

A escolha recai sobre estas duas regiões, devido ao seu elevado potencial natural, patrimonial e social e por já ter algum desenvolvimento turístico, alargando-se aos vales do Douro e Vouga e posteriormente ampliado a todo o território nacional (Cavaco, 1999).

Numa primeira fase, era unicamente praticado por classes mais abastadas que preferiam o campo como lugar de repouso, passando algum tempo nas residências que possuíam no meio rural. Mais tarde, esta prática estendeu-se a um maior número de pessoas, muitas delas por motivos de saúde para a prática do termalismo e do climatismo (Moreira, 2007).

O TER ganhou grande relevância em Portugal com a sua adesão à Comunidade Europeia (1986), que através dos fundos estruturais existentes e aos quais os titulares podiam candidatar-se, permitiu a obtenção de subsídios, possibilitando a recuperação de património arquitetónico em espaço rural para fins de abertura de um maior número de unidades de alojamento TER.

2. Turismo em Espaço Rural

A publicação do Plano Nacional de Turismo em 1986 veio legalmente instituir a designação TER (DL n.º 25/86, de 27 de agosto), consagrando o conceito de espaço rural como espaço de turismo, sugerindo um produto distinto daqueles que dominavam o mercado turístico português (Martins, 2012).

Segundo a regulamentação aplicada naquela altura, o TER só poderia ser explorado por quem continha uma casa antiga, solar ou residência de reconhecido valor arquitetónico, casas rústicas com características próprias do meio rural onde estavam inseridas ou casas de habitação inseridas numa exploração agrícola, permitindo aos turistas a observação e participação nos trabalhos agrícolas (Gomes, 2015).

Em 1997, surge nova legislação do TER (DL n.º 169/97 de 4 de julho), devido a preocupações relacionadas com o desenvolvimento rural, com o objetivo de desenvolver o meio rural economicamente (Gomes, 2015).

No ano de 2008, aprovou-se o novo regime jurídico devido às medidas do Programa SIMPLEX, em que se pretendia facilitar o licenciamento através de procedimentos simplificados e criar mecanismo para promover uma maior qualidade dos serviços de alojamento turístico (Aguiar & Castro, 2012).

Na nova legislação (DL n.º 39/2008 de 7 de março), os estabelecimentos TER são definidos como *“estabelecimentos que se destinam a prestar, em espaços rurais, serviços de alojamento a turistas, dispondo para o seu funcionamento de um adequado conjunto de instalações, estruturas, equipamentos e serviços complementares, tendo em vista a oferta de um produto turístico completo e diversificado no espaço rural”* (Diário da República Eletrónico, 2008).

Após uma modificação na legislação em 2014 com o DL n.º 15/2014 de 23 de janeiro, TER passou a ser definido como *“estabelecimentos que se destinam a prestar, em espaços rurais, serviços de alojamento a turistas, preservando, recuperando e valorizando o património arquitetónico, histórico, natural e paisagístico dos respetivos locais e regiões onde se situam, através da reconstrução, reabilitação ou ampliação de construções existentes, de modo a ser assegurada a sua integração na envolvente”* (DRE, 2017) e são classificados nos grupos Casas de campo, Agro-turismo e Hóteis rurais.

2. Turismo em Espaço Rural

2.2 Conceito do TER

O TER apresenta características próprias, tendo como objetivo essencial, oferecer aos utentes a oportunidade de reviver as práticas, os valores e as tradições culturais e gastronómicas das sociedades rurais, beneficiando da sua hospedagem e de um acolhimento personalizado (Direção-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural, 2017).

Tem sido considerado um meio de alcançar o desenvolvimento económico e social, sendo promovido como uma fonte efetiva de rendimento e emprego, particularmente nas áreas rurais periféricas onde as indústrias agrárias tradicionais diminuiram (Sharpley, 2002).

Tem recebido cada vez mais atenção de pesquisadores, políticos e gerentes, associado ao reconhecimento da "crise rural" e ao desejo de resolvê-la (Kastenholz, 2013), sendo uma estratégia de desenvolvimento importante para algumas áreas rurais.

O desenvolvimento do turismo rural é altamente determinado pelas características do território das áreas rurais e a paisagem pode ter um impacto importante na experiência de turismo vivida pelos visitantes nessas áreas (Carneiro *et al*, 2013).

Assim, foi adotado um conceito de TER, entendido como um produto completo e diversificado que integra as componentes de alojamento, restauração, animação e lazer, baseado no acolhimento hospitaleiro e personalizado e nas tradições mais genuínas da gastronomia, do artesanato, da cultura popular, da arquitetura, do folclore, e da história (Direção-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural, 2017).

2.3 Objetivos do TER

A qualidade turística de uma zona depende, para além do alojamento, das atividades que podem ser desenvolvidas pelos visitantes e a criatividade deste tipo de atividade pode constituir uma componente importante do produto turístico na escolha para o local de férias.

O espaço rural deve incluir um mínimo de animação e de equipamentos recreativos desportivos, que, simultaneamente com o alojamento e a alimentação, permitem produzir produtos turísticos completos (Coutinho, 2012).

2. Turismo em Espaço Rural

Segundo Gomez (1988) a potencialização das ações desportivas e de animação sociocultural no espaço rural tem por base objetivos, tais como, variar as atividades recreativo-desportivas e a animação, com a finalidade de oferecer ao turista amplas possibilidades de escolha; desenvolver atividades através de iniciativas locais, com o propósito de transformar a população residente em gestora e protagonista de uma autêntica animação; simplificar a abertura e o aumento da importância dos valores físicos e biológicos da Natureza, com a sua preservação; elaborar produtos turísticos, mediante a conexão da oferta de alojamento com este tipo de atividade.

Eusébio e Carneiro (2012), defendem que o TER promove o desenvolvimento das regiões; cria postos de trabalho, aumenta as atividades económicas, aperfeiçoa as infraestruturas; incentiva o apoio social e aumenta a qualidade de vida da sociedade.

Por fim, o turismo também auxilia no desenvolvimento turístico e na interação entre o turista e a sociedade, pois exerce um impacto sobre a estrutura social, qualidade de vida e na adaptação das sociedades como destino turístico (Pérez, 2009).

2.4 Modalidades do TER

Apesar de ainda recente, o TER tem apresentado um crescimento significativo, tendo desenvolvido um conjunto diversificado de atividades específicas.

Deste modo, surge também a necessidade de especificar este tipo de turismo em distintas modalidades de hospedagem (Coutinho, 2012):

De acordo com o DL 15/2014 de 23 de janeiro do Diário da República referente aos Empreendimentos de turismo no espaço rural, pode-se definir o TER como todos os estabelecimentos que se destinam a prestar, em espaços rurais, serviços de alojamento a turistas, preservando, recuperando e valorizando o património arquitetónico, histórico, natural e paisagístico dos respetivos locais e regiões onde se situam, através da reconstrução, reabilitação ou ampliação de construções existentes, de modo a ser assegurada a sua integração na envolvente.

Os empreendimentos de turismo no espaço rural classificam -se nos seguintes grupos: Casas de campo; Agro -turismo e Hotéis rurais. (artº. 18, D.L. 15/2014 de 23 de janeiro).

2. Turismo em Espaço Rural

- Casas de Campo: São casas de campo os imóveis situados em aldeias e espaços rurais que se integrem, pela sua traça, materiais de construção e demais características, na arquitetura típica local (art.º 18, D.L. 15/2014 de 23 de janeiro).
- Turismo de Aldeia: Quando as casas de campo se situem em aldeias e sejam exploradas de uma forma integrada, por uma única entidade (art.º 18, D.L. 15/2014 de 23 de janeiro).
- Agro-turismo: São empreendimentos de agroturismo os imóveis situados em explorações agrícolas que permitam aos hóspedes o acompanhamento e conhecimento da atividade agrícola, ou a participação nos trabalhos aí desenvolvidos, de acordo com as regras estabelecidas pelo seu responsável (art.º 18, D.L. 15/2014 de 23 de janeiro).
- Hotéis Rurais: São hotéis rurais os empreendimentos turísticos que cumpram os requisitos de classificação aplicáveis aos estabelecimentos hoteleiros, bem como o disposto no n.º 1, podendo instalar-se ainda em edifícios novos, construídos de raiz, incluindo não contíguos (art.º 18, D.L. 15/2014 de 23 de janeiro).

2.5 Análise Estatística do TER

Relativamente a análise estatística do TER, pretende-se fazer a caracterização da procura e da oferta deste tipo de turismo, a nível Nacional e a nível da região Centro.

2.5.1 Caracterização a nível Nacional

Segundo os dados do Instituto Nacional de Estatísticas (2019), referentes ao ano de 2017, no mês de julho desse ano estavam em atividade 1 419 estabelecimentos de TER e Turismo de Habitação (TH).

Apesar do TH já não estar incluído no TER há muitos anos, continua, em termos de dados estatísticos a aparecer em conjunto, razão pela qual nesta caracterização são analisadas ambas as modalidades de alojamento.

2. Turismo em Espaço Rural

As Casas de Campo foram a modalidade mais representada, com 766 estabelecimentos (54,0% deste segmento de alojamento), seguindo-se o agroturismo (230 unidades com um peso relativo de 16,2%) e os hotéis rurais (85 estabelecimentos, 6,0% do total).

Estavam em funcionamento 226 estabelecimentos de TH, que correspondiam a 15,9% do total. A capacidade disponível atingiu 23,2 mil camas, com as casas de campo a representarem 44,8% da capacidade deste segmento de alojamento.

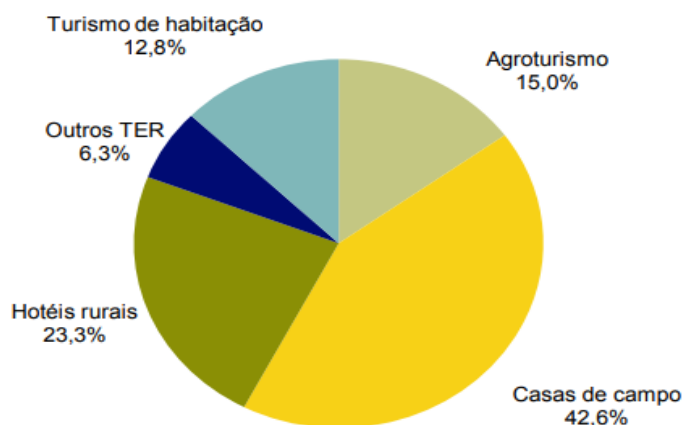
Seguiram-se as unidades de agroturismo (16,6%), os hotéis rurais (15,3%) e o TH (14,9%). O TER e o TH representaram 24,3% do total de estabelecimentos do setor de alojamento, a que corresponderam apenas 5,8% das camas oferecidas.

As regiões com maior oferta foram o Norte (38,2% dos estabelecimentos e 36,6% das camas), o Centro (23,3% e 22,9%) e o Alentejo (20,8% e 23,6%).

Os estabelecimentos de TER e TH registaram 794,7 mil hóspedes (+18,8%), que proporcionaram 1,7 milhões de dormidas (+17,0%). As regiões com maior procura foram o Norte (30,2% do total de dormidas), Alentejo (24,8%) e Centro (22,0%).

Neste segmento de alojamento, as casas de campo foram a modalidade com maior procura (42,6%), seguindo-se os hotéis rurais (23,3%) (Figura 1).

Figura 1. Dormidas no TER e no TH, por modalidade, ano 2017.



Fonte: INE (2019)

2. Turismo em Espaço Rural

Ainda com base nos dados analisados do INE (2019), conclui-se que para o ano de 2017 a estada média foi 2,14 noites (-1,5%) e as regiões com estadas mais elevadas foram a Região Autónoma da Madeira (3,96 noites) e a Região Autónoma dos Açores (3,46 noites).

As casas de campo (2,34 noites em média) foram a modalidade que registou estadas médias mais prolongadas.

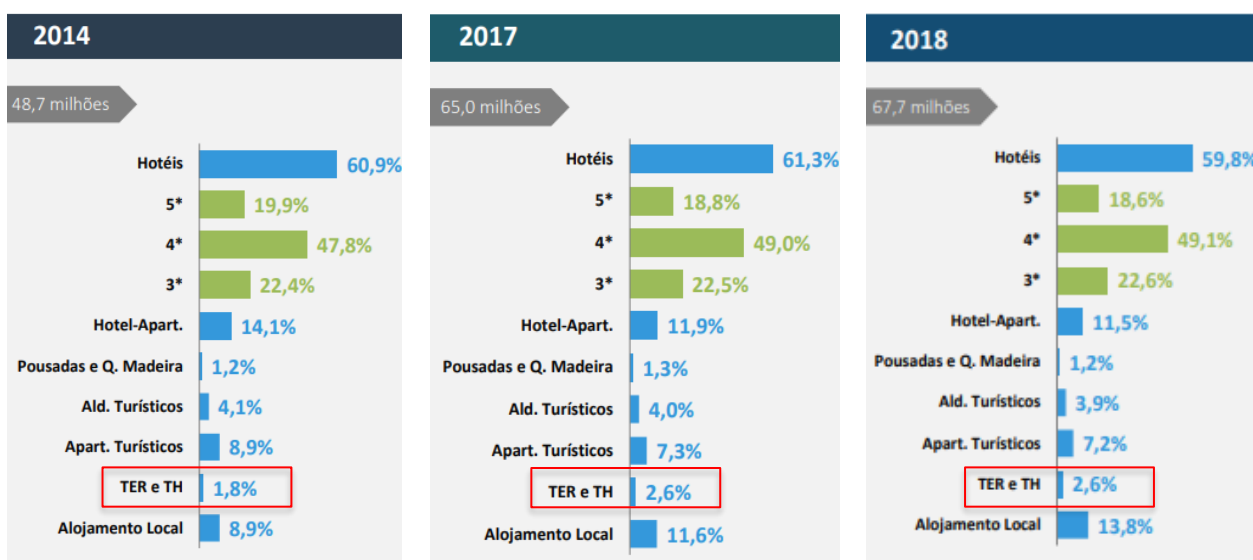
A taxa de ocupação-cama global atingiu 23,8% e as taxas de ocupação mais elevadas verificaram-se na Região Autónoma da Madeira (43,5%) e no Algarve (33,7%).

Os hotéis rurais foram a modalidade que registou a taxa mais elevada (33,2%).

Os proveitos totais atingiram 94,7 milhões de euros (+27,8%) e os de aposento 75,4 milhões de euros (+30,2%) e o rendimento médio por quarto disponível fixou-se em 23,5 euros (+18,9%).

Em termos de evolução (Figura 2) e, com base nos dados da TravelBI (2019), pode-se observar um crescimento significativo do ano 2014 até o ano 2017, embora continue a ser muito reduzido, manteve-se constante no ano de 2018.

Figura 2. Dormidas no TER e no TH, no ano 2004, 2017 e 2018.



Fonte: TravelBI (2019)

2. Turismo em Espaço Rural

2.5.2 Caracterização da Região Centro

A região Centro, designa-se por NUTS II e subdivide-se em 12 NUTS III (Baixo Mondego, Baixo Vouga, Beira Interior Norte, Beira Interior Sul, Cova da Beira, Dão-Lafões, Médio Tejo, Oeste, Pinhal Interior Norte, Pinhal Interior Sul, Pinhal Litoral e Serra da Estrela) (Gomes, 2015).

Esta região encontra-se limitada a sul pelo NUTS II do Alentejo, a norte pela região Norte e a Leste pela Espanha e apresenta 8 distritos (Aveiro, Castelo Branco, Coimbra, Guarda, Leiria, Lisboa, Santarém e Viseu (Figura 3).

No ano de 2018, a região Centro foi considerada o segundo destino regional com maior crescimento relativo no indicador dormidas e terceiro no indicador hóspedes (TravelBI, 2019), com um acréscimo de 0,2% e 2,4%, respetivamente.

É a segunda região de destino para a procura de nacionais (quota de 23,4%) e terceiro destino com maior crescimento relativo em hóspedes nacionais.

2. Turismo em Espaço Rural

Figura 3. Distritos da região Centro.



Fonte: Gomes (2015)

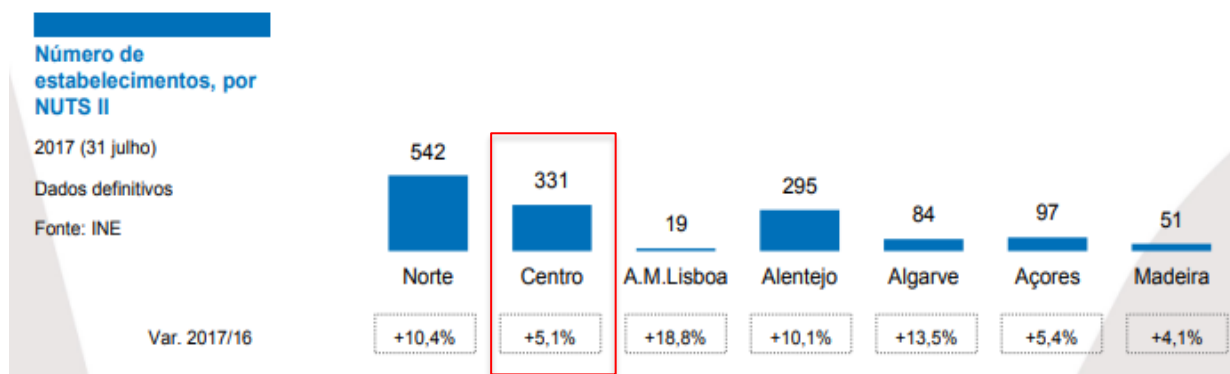
Segundo dados divulgados pela TravelBI (2019), no ano de 2017, a oferta de alojamentos de TER e TH, foi constituída por 1,4 mil estabelecimentos e 23,2 mil camas, em que 82,3% concentravam-se nas regiões do Norte, Centro e Alentejo.

Analisando somente a região Centro, relativamente, ao número de estabelecimentos existentes na região era de 331, com um acréscimo muito significativo de 5,1% (Figura 4).

Pode-se ainda observar que apenas a região Norte apresenta um valor superior, com 542 estabelecimentos.

2. Turismo em Espaço Rural

Figura 4. Número de Estabelecimentos, por NUTS II.

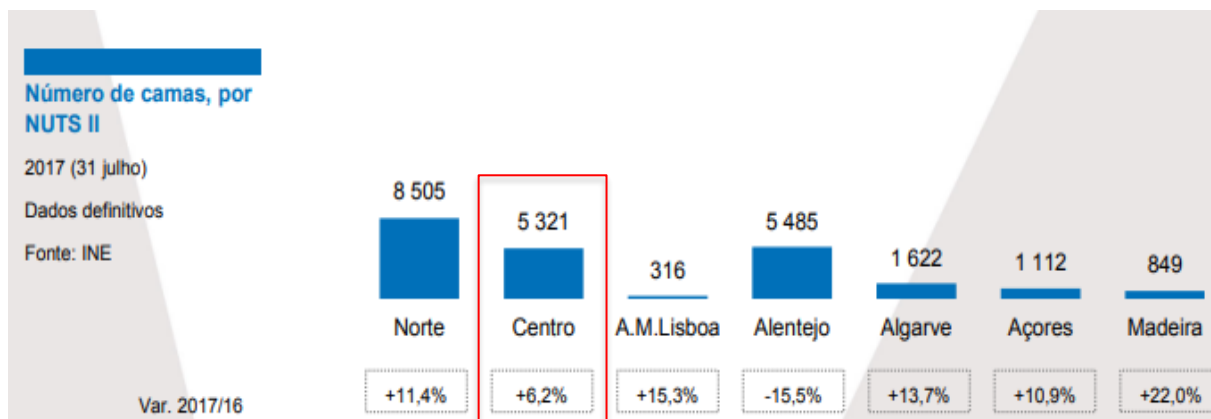


Fonte: TravelBI (2019)

Quanto ao número de camas (Figura 5), registou-se um total de 5321 com um acréscimo significativo de 6,2%, apresentado valores muito superiores ao Algarve.

Comparativamente, o Alentejo apresenta mais 164 camas do que o Centro, porém com um decréscimo de 15,5%.

Figura 5. Número de Camas, por NUTS II.



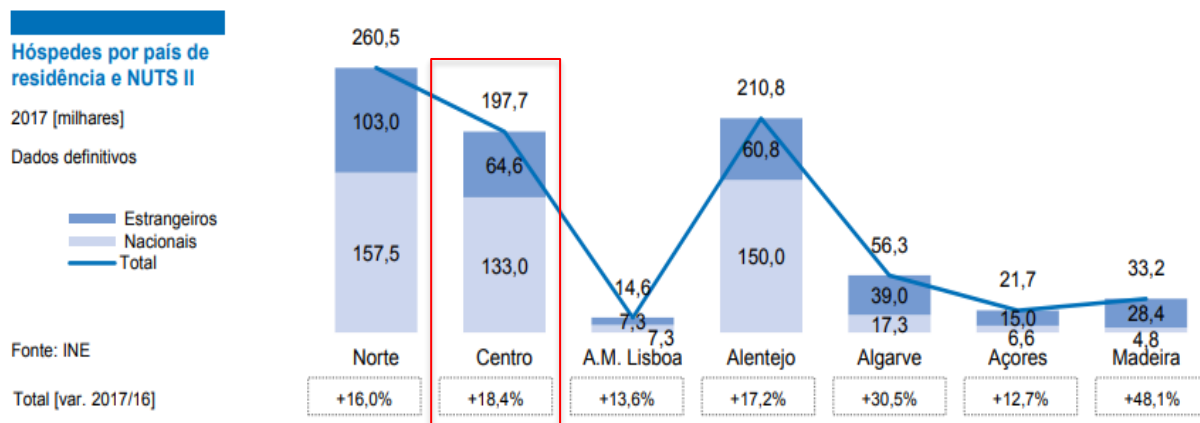
Fonte: TravelBI (2019)

Relativamente à evolução dos fluxos de hóspedes (Figura 6), na região Centro, registaram-se 133 milhares de hóspedes nacionais, 64,6 milhares de hóspedes estrangeiros e um total de, aproximadamente, 198 milhares de hóspedes.

2. Turismo em Espaço Rural

A região do Alentejo apresenta valores muito próximos, com 150 milhares de hóspedes nacionais e 60,8 milhares de estrangeiros.

Figura 6. Hóspedes por país de residência e NUTS II.

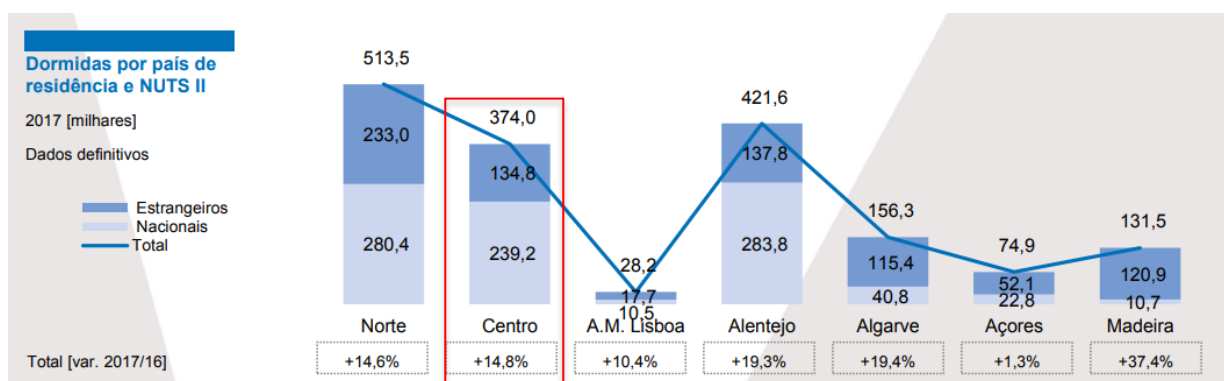


Fonte: TravelBI (2019)

Enquanto na evolução das dormidas por país de residência (Figura 7), na região Centro, registaram-se, aproximadamente, 239 milhares de dormidas de hóspedes nacionais, 135 milhares de dormidas de hóspedes estrangeiros e um total de 374 milhares de dormidas.

É de salientar que o Algarve apresenta 115 milhares de dormidas de hóspedes estrangeiros e 40,8 de dormidas de nacionais, embora com um acréscimo de 19,4%.

Figura 7. Dormidas por país de residência e NUTS II.



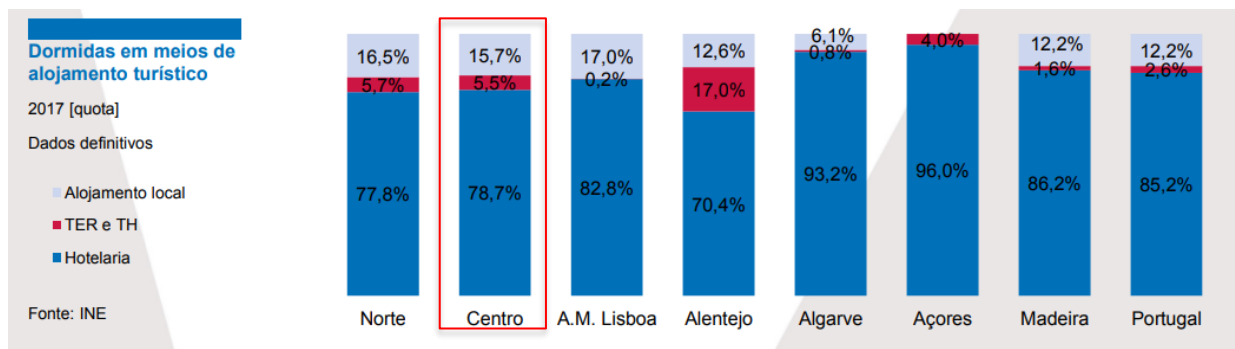
Fonte: TravelBI (2019)

Por último, no que diz respeito a Dormidas em meios de Alojamento Turístico, pode-se observar que na região Centro cerca de 78,7% das dormidas foram em Hotelaria, 15,7% em Alojamento Local e apenas 5,5% das dormidas foram na modalidade TER E TH.

2. Turismo em Espaço Rural

Apenas no Alentejo se verifica uma percentagem significativamente superior, mas ainda assim com apenas 17% de dormidas (Figura 8).

Figura 8. Dormidas em meios de alojamento turístico.



Fonte: TravelBI (2019)

Desta forma, o presente estudo irá permitir perceber o porquê de os turistas não escolherem esta modalidade de alojamento, numa tentativa de reverter este acontecimento e possibilitar que o TER seja cada vez mais uma opção para os turistas, tanto nacionais como internacionais.

2.6 Perfil do Turista

O perfil dos turistas que procuram as atividades de TER encontra-se associado à descoberta do território e ao contato com a natureza (Neves, Soares, Pereira, Honório, Ferrõ, Lourenço, Costa & Rodrigues, 2008).

Os turistas que procuram melhor qualidade de vida optam por fazer férias em espaço rural, pois oferece condições que uma cidade não apresenta (Rãvaş, 2007).

Segundo Condesso (2011), o turismo rural é principalmente procurado por turistas de classe média, que procuram o contacto com a natureza, normalmente são pessoas com elevados níveis educacionais e com gostos superiores aos dos outros turistas.

Num estudo desenvolvido por Kastenholtz & Santos (2013) identificou-se que a faixa etária do turista de TER concentra-se entre os 29 e os 64 anos (principalmente entre os 35 e os 50 anos), observando-se um aumento de crianças e adolescentes (até 17 anos) e turistas seniores (acima de 65 anos).

2. Turismo em Espaço Rural

Em termos de nacionalidade dos turistas que procuram esta modalidade, os portugueses adquirem uma fatia relevante e importante nessa procura turística (Macedo, 2018).

Concluiu-se, ainda, que permanecem, em maioria, entre uma e duas noites (67,6% em 2011), com uma tendência a aumentar e o segundo tipo de visita mais relevante é o de apenas um dia (32,4%), uma opção mais económica, enquanto apenas 10,8% ficam entre 3 e 4 noites (Kastenholz & Santos, 2013).

De forma geral, os turistas nacionais que frequentam o TER, procuram mais o segmento de saúde e bem-estar, com atividades fitness e de relaxamento, águas naturais, spas e tudo o que é relacionado com o melhoramento da sua saúde (Morrison, 2013).

Por fim, a procura de TER concentra-se nos períodos de Verão e Páscoa, com ligeiras oscilações de alargamento, no caso dos estrangeiros (Kastenholz & Santos, 2013).

2.7 Motivações do Turista

A motivação refere-se à necessidade, que o indivíduo tem para adotar um determinado comportamento, visando a satisfação das suas necessidades.

Alguns estudos de segmentação do turismo rural tentaram descobrir o que motiva o turista a fazer uma viagem rural, como opção de férias (Pesonen & Komppula, 2010).

Fernandes (2016) argumenta que as teorias da motivação descrevem um processo dinâmico de fatores psicológicos (necessidades, desejos e objetivos) que geram um nível desconfortável de tensão no corpo e na mente do indivíduo, que por sua vez incutem a compra do produto ou serviço.

As experiências de TER são cada vez mais procuradas por uma variedade de razões e propósitos (Lane & Kastenholz, 2015).

Com base na literatura pode-se afirmar que o turismo rural é visto como uma experiência para que os turistas se conectem com o passado, com as tradições locais e para apreciar a natureza (Nogueira & Pinho, 2015).

2. Turismo em Espaço Rural

Os turistas que procuram melhor qualidade de vida optam por fazer férias num espaço rural, visto que este oferece condições que uma cidade não apresenta (Rãvaş, 2007) e procuram, no ambiente rural, atividades de benefícios para a saúde, motivações e atividades para realizar ligadas à natureza e que procuram fugir das grandes cidades (Morrison, 2013).

Assim, os motivos que levam os turistas de TER a procurar este produto estão relacionados com a boa hospitalidade nos estabelecimentos, assim como, a forma personalizada de serem bem-vindos nos mesmos, o contacto próximo com a natureza e os benefícios de saúde associados (Kastenholz e Santos, 2013).

Park & Yoon (2009), no seu estudo, referem quatro motivações importantes para o turismo rural: “escapar” da vida ocupada quotidiana; oportunidade de ser fisicamente ativo; explorar novos lugares e experimentar uma cultura diferente.

A ausência de “multidões”, estar num ambiente “não mecanizado”, o contacto direto com os habitantes locais e as suas atividades específicas, ter um maior conhecimento dos negócios locais e a oportunidade de se sentir integrado na comunidade durante a estadia, são fatores de resposta na procura do TER (Nistoreanu & Marilene, 2010).

O TER ser visto como uma “fuga” à vida citadina agitada é, também, um motivo subjacente frequentemente mencionado, assim como a localização e o gosto pela região em que o estabelecimento está inserido (Kastenholz & Santos, 2013).

De uma forma mais social, o TER baseia-se em espaços que proporcionem um ambiente familiar e doméstico, sendo, também, representativos da ruralidade, uma vez que os hóspedes deste tipo de turismo, procuram locais inseridos em propriedades rurais onde possam observar e participar na execução de tarefas agrícolas e pecuárias e simultaneamente usufruir de alguns equipamentos e atividades de animação extra, permitindo uma interação entre hóspedes e hospedeiros e, desta forma, proporcionando a troca de relações com a população local e conhecer mais aprofundadamente a região, gastronomia, tradições e costumes locais (Martins, 2012).

Os atributos do meio rural, cultura, tradições, costumes, entre outros valores intangíveis, e que eram antes vistos como desvantagens ou insignificantes, são agora considerados oportunidades, na medida em que constituem um motivo de atração dos turistas (Ribeiro, 2000).

2. Turismo em Espaço Rural

Segundo um estudo realizado por Pesonen & Komppula (2010), os resultados adquiridos confirmam os dados, anteriormente, obtidos pelos estudos de Park e Yoon (2009), bem como o de Molera & Albaledejo (2007), confirmando a noção de que os turistas rurais são um grupo-alvo heterogéneo, com diversas motivações, necessidades e expectativas.

2.7.1 Fatores Motivacionais do TER

Com base numa revisão de literatura é possível distinguir os principais fatores motivacionais para a prática do TER (Quadro 1): o desejo de “fugir” da rotina, o desejo de prazer e relaxamento do corpo e da mente, a “busca” por uma experiência inesquecível e aproximação familiar, enriquecimento pessoal e intelectual, conhecer a natureza local, o desejo de segurança, a “busca” por um ambiente silencioso, sem poluição, com belas paisagens e a busca pela acessibilidade (Streimikiene & Bilan, 2015).

Quadro 1: Fatores motivacionais do TER.

Fatores Motivacionais do TER	Literatura
Desejo de “fugir” da rotina	Romera et al. (2011)
Prazer e relaxamento do corpo e da mente	Haldar (2007); Romera et al. (2011); Madhavan e Rastogi (2013)
Busca por experiências inesquecíveis e aproximação familiar	Pesonen e Komppula (2010) e Almeida (2010)
Enriquecimento pessoal e intelectual	Almeida (2010)
Aprender aspetos sobre a natureza	Pesonen e Komppula (2010)
Segurança e ambiente amigável com a comunidade local	Almeida (2010); Madhavan e Rastogi (2013); Pesonen e Komppula (2010)
Ambiente tranquilo, livre de poluição, com paisagens agradáveis e áreas verdes não urbanizadas	Pesonen e Komppula (2010); Haldar (2007)
Acessibilidade em termos transportes e situação política	Basher e Ajloni (2012); Haldar (2007)

Fonte: Adaptado de Streimikiene e Bilan (2015)

Os autores Jarvis e Blank (2011), no seu estudo, apresentam um construto genérico da variável Motivações, que poderá ser adaptado ao TER (Quadro 2).

Quadro 2: Variável Interna Motivação: Constructo, Variáveis e Escala.

2. Turismo em Espaço Rural

Constructo genérico	Constructo	Variáveis	Escala	Adaptado de:
Motivação	PESSOAL	Usar a minha imaginação	Pearce 5 pontos: 1= Nada Importante; 5= Muito Importante	Jarvis & Blank, 2011 - The Importance of Tourism Motivations Among Sport Event Volunteers at the 2007 World Artistic Gymnastics Championships, Stuttgart, Germany 2011
		Adquirir uma sensação de integração		
		Desafiar as minhas habilidades		
		Relaxamento mental		
		Descobrir novos lugares e coisas.		
		Relaxamento físico		
		Estar numa atmosfera calma		
		Aumentar o meu conhecimento		
	SOCIAL	Conhecer novas pessoas		
		Espírito comunitário		
		Construir uma comunidade		
	REALCE	Desenvolvimento Pessoal		
	COMPREENSÃO	Nova experiência de aprendizagem		
		Ganhar novas experiências		
	RELAXAMENTO	Excitação		
		Necessidade de novidades		
		Próprio corpo e mente		
	AUTO-ESTIMA	Desenvolver as suas próprias habilidades		
MOTIVAÇÕES BACKPACKERS	Diversão e prazer			
	Aprender mais sobre outras culturas			
	Experiência autêntica			
	Interação com a população local			
	Refúgio da vida quotidiana			

Fonte: Jarvis & Bjank (2011)

De forma sucinta, todas as motivações mencionadas existem enquanto formas de bem-estar, que o TER pode transmitir às pessoas, isolado ou associado a outros produtos.

Estas motivações podem não só integrar o TER como principal motivação, como também se pode incluir este produto como um associado a uma motivação mais relevante, que se satisfaz com a colaboração do TER e o aproveitamento integrado dos espaços rurais, naturais e culturais (Palma, 2014).

Compreender as variáveis que moderam e determinam a motivação e satisfação do turista é extremamente importante num ambiente altamente competitivo, num contexto com turistas informados e exigentes. É uma condição essencial para o sucesso de qualquer destino e uma ajuda crucial para a competitividade (Devesa, Laguna & Palacios, 2009).

2.8 Constrangimentos do TER

A maioria dos estudos referem-se às motivações que levam os turistas a escolher o TER e são poucos ou nenhuns os estudos realizados para averiguar quais os constrangimentos ou desmotivações na prática do TER.

O desenvolvimento do turismo poderá ser nas zonas rurais uma grande aposta, criando novamente empregos, movimentando moeda/gerando riqueza, criando motivos para a permanência da população, e melhoria das suas condições de vida.

Contudo, há dificuldades em atrair investimento para o desenvolvimento do turismo em destinos rurais (Domingues, 2012).

É possível vislumbrar uma oportunidade para os territórios rurais de atraírem novas procuras das gentes urbanas, desde que as suas comunidades sejam capazes e tenham interesse em criar e garantir experiências turísticas apelativas e satisfatórias, dirigidas aos diversos segmentos, com base nos recursos e nas competências existentes e por desenvolver (Kastenholz, 1997).

Por outro lado, nem todas as áreas rurais têm a mesma capacidade de atrair e satisfazer os visitantes (Kastenholz, 2004; Ribeiro & Marques, 2002; Sharpley & Vass, 2006), porém a localização na proximidade de atrações turísticas é um fator muito importante (Walford, 2001), assim como a existência de um destino global que apresente um conjunto suficientemente apelativo de oportunidades e benefícios ao turista (Gannon, 1994).

Infelizmente, os recursos financeiros e humanos, tão necessários para tal aposta, não abundam na maioria das áreas rurais (Kastenholz, 2014). Para conseguir algum sucesso económico da atividade turística, tal fragilidade do espaço rural e dos seus atores (geralmente empreendimentos de pequena dimensão e natureza familiar) requer uma concentração de esforços num sector de atividade, aparentemente de fácil entrada, mas de difícil atuação, sendo um sector de concorrência internacional, um sector em crescimento e confrontado com exigências cada vez maiores por parte dos mercados (Kastenholz, 2014).

2.8.1 Fatores (des)motivacionais do TER

É possível enfatizar como principais constrangimentos, o envelhecimento da população, a desertificação do território e também a pouca sensibilização da população local em relação ao turismo, para além de serem escassos alguns serviços a nível local (como por exemplo, relativos

2. Turismo em Espaço Rural

à animação/diversão turística e os relativos ao artesanato), a falta de divulgação e de alojamento, a que se junta a falta de dinamismo da população (em resultado, sobretudo, do envelhecimento da mesma) e o subaproveitamento das estruturas locais (como por exemplo museus) (Pato, Breda, Cunha & Kastenholz, 2014).

Desta forma, é possível reunir os principais fatores (des)motivacionais para a prática do TER (Quadro 3).

Quadro 3: Fatores (Des)motivacionais do TER.

Fatores (Des)motivacionais do TER	Literatura
Localização e acessibilidade dificultadas	Walford (2001)
Existência de poucas atividades complementares (desportivas, animação)	
Poucos restaurantes nas redondezas da unidade de alojamento TER	Pato <i>et al</i> (2014)
Falta de divulgação do TER	
Reduzida oferta de alojamento TER	
Unidades de alojamento TER localizadas em territórios despovoados	
Unidades de alojamento TER localizadas em locais com grande envelhecimento da população	
Estruturas e monumentos locais subvalorizados	

Fonte: Elaboração Própria

Devido à dificuldade em encontrar estudos que abordem esta temática, esta investigação pretende reunir os principais constrangimentos para a prática de TER, pelo que de seguida se apresenta a metodologia realizada, com base em métodos qualitativos e métodos quantitativos.

3. Metodologia

No presente capítulo será apresentada a metodologia utilizada na realização do estudo. Numa fase inicial, foram analisados vários estudos e artigos publicados, para a elaboração de uma revisão da literatura sobre o TER e, posteriormente, foram usadas técnicas metodológicas qualitativas e quantitativas, com o intuito de compreender o TER de uma forma mais geral e obter perspetivas reais.

3.1 Método Qualitativo: Entrevistas Exploratórias

Quanto à análise qualitativa e com base na revisão de literatura efetuada anteriormente, foi elaborado um guião de entrevista (Anexo 1), direcionado para proprietários de diferentes modalidades de TER, com 7 perguntas:

1. Porque é que optou por apostar no Turismo em Espaço Rural?
2. Quais os pontos positivos que identifica para este tipo de turismo?
3. E quais os pontos negativos?
4. Resumidamente, qual o perfil típico do turista que frequenta o TER? E quais as suas motivações?
5. Tendo em conta as baixas taxas de ocupação registadas em Portugal nestas modalidades de alojamento, considera que os turistas ainda não veem o TER como uma opção para férias?
6. Consegue identificar quais os principais motivos que levam muitos turistas a não escolher o TER?
7. Na sua opinião, o que poderia ser feito para alterar a reduzida procura do TER?

Este guião de entrevista foi alterado e adaptado para um consultor de uma empresa de certificação, ficando com 8 questões (Anexo 2):

1. Qual a sua ligação ao Turismo em Espaço Rural?
2. Quais os motivos que levam as pessoas a apostar no TER?
3. Quais os pontos positivos que identifica para este tipo de turismo?
4. E quais os pontos negativos?

3. Metodologia

5. Resumidamente, qual o perfil típico do turista que frequenta o TER? E quais as suas motivações?

6. Tendo em conta as baixas taxas de ocupação registadas em Portugal nestas modalidades de alojamento, considera que os turistas ainda não veem o TER como uma opção para férias?

7. Consegue identificar quais os principais motivos que levam muitos turistas a não escolher o TER?

8. Na sua opinião, o que poderia ser feito para alterar a reduzida procura do TER?

Posteriormente, entre os meses de abril e maio de 2019, foram realizadas seis entrevistas a proprietários de alojamentos de TER nas modalidades de Casas de Campo, Hotel Rural, Turismo de Aldeia e Agroturismo (Quadro 4), da região Centro, e uma entrevista a um consultor de uma empresa de Certificação – *Biosphere Responsible Tourism* - responsável pela certificação de várias unidades de alojamento TER na região Centro.

Quadro 4. Descrição das unidades de TER entrevistadas

Alojamento	Modalidade	Localização	Entrevistado
Casa das Palmeiras	Agroturismo	Mangualde	Proprietário
Casa dos Feitais	Casa de Campo	Mangualde	Proprietário
Casas do Pátio	Casa de Campo	Caldas da Felgueira	Proprietário
Moinhos da Tia Antoninha	Casa de Campo	Moimenta da Beira	Proprietário
Quinta do Medronheiro	Hotel Rural	São Cipriano	Engenheiro Técnico
Chão do Rio	Turismo de Aldeia	Oliveira do Hospital	Proprietário

Fonte: Elaboração Própria

As entrevistas demoraram entre 20 a 45 minutos e foram realizadas 3 presencialmente e as 4 restantes telefonicamente. Com a realização destas entrevistas pretendeu-se obter informações mais detalhadas sobre os motivos que levam os turistas a não procurar o TER, apurando opiniões reais.

3. Metodologia

3.2 Método Quantitativo: Desenvolvimento do Questionário

No que diz respeito à análise quantitativa, foi elaborado um inquérito por questionário em língua portuguesa (Anexo 3) e em língua inglesa (Anexo 4), durante o mês de junho de 2019.

A elaboração do mesmo, foi feita com base na revisão de literatura, anteriormente, desenvolvida e com ideias chave das entrevistas realizadas.

3.2.1 Inquérito por questionário

Após a elaboração dos inquéritos, foram aplicados entre os meses de julho e outubro de 2019, de forma presencial e *online*.

Presencialmente, foram aplicados 150 inquéritos a consumidores de turismo, nas cidades de Viseu, Aveiro, Figueira da Foz e Coimbra, em que 50 foram inquiridos estrangeiros, e, paralelamente, realizou-se o mesmo inquérito *online*, em grupos da rede social “*Facebook*”, direcionados para o turismo, de forma a perceber o que motiva ou não, o turista a escolher este tipo de turismo.

O inquérito é formado por uma parte inicial com 8 questões fechadas, sendo 5 de escolha múltipla, relativas à frequência com que costuma viajar/ ir de férias; com quem viaja/ vai de férias; qual o tipo de turismo que procura com mais frequência; se já ficou alojado numa unidade TER e, por último, se já esteve de férias na região Centro.

As 3 questões restantes são perguntas fechadas de classificação. Na pergunta relacionada com a modalidade de alojamento que costuma ficar alojado, questiona-se a frequência em onze tipos de alojamento diferentes, utilizando uma escala de 5 pontos (1-não frequento a 5- frequento muito).

Nas questões relativas às motivações e desmotivações para a prática de TER, questiona-se a relevância de um conjunto de variáveis, utilizando uma escala de Likert 5 pontos (1- nada relevante, 5 – muito relevante).

3. Metodologia

Na pergunta direcionada para as motivações, é apresentado um conjunto de variáveis motivacionais, com base em vários autores referidos, anteriormente, no Capítulo 2, Subcapítulo 2.7 e nas entrevistas realizadas. Todas as variáveis foram adaptadas para uma melhor leitura e compreensão no inquérito (Quadro 5).

Quadro 5. Variáveis motivacionais adaptadas para o inquérito.

Fatores Motivacionais	Adaptado de:
a) “Fuga” à vida citadina	Romera et al. (2011)
b) Contacto com a natureza	Pesonen e Komppula (2010); Haldar (2007)
c) Boa hospitalidade e receção nos estabelecimentos	Entrevista – Casas do Pátio
d) Interesse pela região onde o estabelecimento está inserido	Entrevista – Chão do Rio
e) Interação com a população local	Entrevista – Casas do Pátio
f) Descobrir novos lugares e experiências de aprendizagem	Pesonen e Komppula (2010) e Almeida (2010)
g) Relaxamento físico e mental	Haldar (2007); Romera et al. (2011); Madhavan e Rastogi (2013)
h) Sentimento de segurança e de estar num ambiente tranquilo.	Almeida (2010); Madhavan e Rastogi (2013); Pesonen e Komppula (2010)
i) Acessibilidade	Basher e Ajloni (2012); Haldar (2007)
j) Desenvolvimento pessoal e intelectual	Almeida (2010)
k) Aprender mais sobre as culturas e tradições locais	Entrevista – Casa das Palmeiras
l) Motivos Gastronómicos	Entrevista – Quinta do Medronheiro
m) Refúgio da vida quotidiana	Entrevista – Casa dos Feitais

Fonte: Elaboração Própria.

O mesmo foi feito para as variáveis (des)motivacionais, isto é, com base nos autores da revisão de literatura, referidos no Capítulo 2, Subcapítulo 2.8, e nas entrevistas.

3. Metodologia

Quadro 6. Variáveis (des)motivacionais adaptadas para o inquérito.

Fatores (Des)motivacionais	Adaptado de:
a) Custo elevado	Entrevista – Casa dos Feitais
b) Localização e acessibilidade dificultadas	Walford (2001)
c) Falta de privacidade	Entrevista – Casa das Palmeiras
d) Poucos restaurantes nas redondezas da unidade de alojamento TER	Pato <i>et al</i> (2014)
e) Existência de poucas atividades complementares (desportivas, animação)	Walford (2001) Entrevista – Moinhos da Tia Antoninha
f) Falta de gosto pelo campo e natureza	Entrevista – Quinta do Medronheiro
g) Falta de divulgação do TER	Entrevista – Casas do Pátio
h) Reduzida oferta de alojamentos TER	Pato <i>et al</i> (2014)
i) Preferência por outro tipo de turismo	Entrevista – Casa dos Feitais
j) Unidades de alojamento TER localizadas em territórios despovoados	Pato <i>et al</i> (2014)
k) Unidades de alojamento TER localizadas em locais com grande envelhecimento da população	Pato <i>et al</i> (2014)
l) Estruturas e monumentos locais subvalorizados	Pato <i>et al</i> (2014)

Fonte: Elaboração própria.

A segunda parte do inquérito abrange a informação sociodemográfica, com uma questão aberta com o país e concelho de residência e 7 questões de escolha múltipla (país de residência, género, grupo etário, habilitações literárias, ocupação profissional, estado civil, rendimento mensal disponível).

3.2.2 Tratamento de dados do inquérito por questionário

Posteriormente, foi feita uma avaliação empírica dos inquéritos e o tratamento dos dados retirados, através do programa informático SPSS 21.

3. Metodologia

A análise dos dados foi univariada e multivariada.

Para as questões 6 e 7 foi feita uma análise fatorial, de forma a encontrar combinações de variáveis (fatores) que expliquem as correlações entre todas as variáveis.

Os testes realizados foram: *Kaiser – Meyer – Olkin* (KMO), para descobrir o valor da medida de adequabilidade, o Teste de Bartlett, para testar a hipótese nula de a matriz de correlação ser uma matriz de identidade e, ainda, o *Alpha de Cronbach* (consistência interna de cada fator).

4. Análise e Discussão dos Resultados

Neste capítulo pretende-se expor a análise e discussão dos resultados obtidos através das entrevistas e dos inquéritos aplicados.

Numa primeira fase faz-se uma análise das entrevistas realizadas e, posteriormente, analisa-se os resultados dos inquéritos.

4.1 Análise das entrevistas

Para a recolha de informação foram realizadas sete entrevistas, sendo seis delas a proprietários de alojamentos de Turismo em Espaço Rural e a restante a um consultor de uma empresa de certificação, a “*Biosphere Responsible Tourism*”, pois entendeu-se inquirir esta empresa de certificação pelo facto de estar ligada ao TER, mas com uma perspectiva diferente dos proprietários.

4.1.1 Entrevistas aos proprietários

Segue-se uma análise sumativa das entrevistas realizadas aos proprietários e, posteriormente, a entrevista dirigida ao consultor.

Na primeira questão “Porque é que optou por apostar no Turismo em Espaço Rural?” a resposta mais frequente foi devido à existência de imóveis para reabilitação, com o objetivo de rentabilizar o património, desenvolver a aldeia onde está inserido e promover os produtos regionais; vontade pessoal de criar um espaço rural perto da cidade, ligando o enoturismo com o turismo rural (Quinta do Medronheiro) e aquisição de uma propriedade, que anos mais tarde passou a Alojamento Local e, posteriormente, a TER na modalidade de Turismo de Aldeia (Chão do Rio).

Na questão “Quais os pontos positivos que identifica para este tipo de turismo?”, enumeram as potencialidades da aldeia e relaxamento (Casa dos Feitais), o contacto com a natureza, desenvolvimento da aldeia envolvente e divulgação dos costumes locais (Casa das Palmeiras), o contacto direto com as pessoas, espaço confortável e familiar, sentimento de segurança (Casas

4. Análise e Discussão dos Resultados

do Pátio), desenvolvimento económico da aldeia e recuperação dos produtos endógenos (Moinhos da Tia Antoninha). Experiência vínica, tradições e história da região” (Quinta do Medronheiro), divulgação da região Centro e criação de oportunidades de emprego (Chão do Rio).

Quanto aos “pontos negativos” indicam o pouco reconhecimento da região e o facto de ser um tipo de turismo sazonal (Casa dos Feitas), limitação de informações, principalmente, nos monumentos e mentalidade das pessoas (Casa das Palmeiras), aproveitamento de fundos comunitários para reabilitação das propriedades e classificação das zonas turísticas da região Centro (Casas do Pátio), localização e acessibilidade (Moinhos da Tia Antoninha), reduzida promoção e divulgação da região (Quinta do Medronheiro).

Em relação ao “perfil típico do turista que frequenta o TER e quais as suas motivações” apontam para a classe média/ alta, famílias (casal + filhos), idade entre os 30-45 anos, permanecem 1 a 2 noites e procuram este tipo de turismo como uma fuga à rotina, o contacto com a natureza, um ambiente seguro e para uma experiência gastronómica e vínica.

Na questão “Tendo em conta as baixas taxas de ocupação registadas em Portugal nestas modalidades de alojamento, considera que os turistas ainda não veem o TER como uma opção para férias?” as respostas foram unânimes, afirmando que o TER tem vindo a ter uma maior procura e começa a ser visto como uma opção de férias, embora ainda tenha de haver mais divulgação do TER.

Relativamente aos principais motivos que levam muitos turistas a não escolher o TER, enumeraram motivos como o custo (Casa dos Feitais), as diferentes comodidades, “mordomias” e privacidade (Casa das Palmeiras), não haver divulgação (devido aos custos de publicidade) (Casas do Pátio), falta de animação e não existência de atividades complementares (Moinhos da Tia Antoninha), receio do contacto com a natureza e falta de divulgação do TER (Quinta do Medronheiro), receio de não gostar, de viver uma experiência sem comodidade e de demasiada proximidade com o proprietário (Chão do Rio).

Por último, quando questionados sobre “o que poderia ser feito para alterar a reduzida procura do TER”, referem que a pouca existência de ofertas complementares (ex. restaurantes) fez com que diminuísse o número de turistas estrangeiros, principalmente, ingleses e espanhóis (Casa dos Feitais); deveria haver uma maior promoção do Turismo do Centro (Casa das Palmeiras);

4. Análise e Discussão dos Resultados

divulgar o TER com uma componente digital e criar experiências novas na região (Casas do Pátio); criar associações de unidades de alojamento TER para promover a região (Moinhos da Tia Antoninha); manter a promoção do TER durante ano (Quinta do Medronheiro); ter profissionais com formação na área e promover outros produtos complementares (turismo cultural, gastronómico e de natureza) (Chão do Rio).

4.1.2 Entrevista ao consultor

Relativamente à entrevista realizada ao consultor da *Biosphere Responsible Tourism*, o próprio indica que a sua ligação ao TER está relacionada com a sua atividade profissional, pois certifica unidades de TER, tal como sucedeu com a Casa das Palmeiras e o Chão do Rio que têm certificação da *Biosphere Responsible Tourism*.

Quanto aos motivos que levam as pessoas a apostar no TER, refere que é uma forma de rentabilizar o património e contribuir para o desenvolvimento dos locais onde estão inseridos, aponta pontos positivos para este tipo de turismo, como o aumento de postos de trabalho, “ressuscitar” aldeias e habitações despovoadas, melhora a imagem do turismo do Centro e aumenta o nível de satisfação dos turistas, enquanto os aspetos negativos poderão estar relacionados com o isolamento das unidades, falta de formação, falta de mão de obra qualificada e massificação no turismo.

Quanto ao perfil típico do turista e as suas motivações refere famílias com filhos e jovens casais, que procuram o relaxamento e fuga à cidade.

Afirma que, em relação às baixas taxas de ocupação registadas em Portugal nestas modalidades de alojamento, cada vez mais consideram o TER como opção de férias, principalmente entre os meses de julho e agosto e que o custo elevado, a falta de divulgação e comunicação dos espaços e serviços, a acessibilidade e distância, poderão ser alguns dos principais motivos que levam os turistas a não escolher o TER.

Por último, acrescenta que seria importante haver mais divulgação do TER, existir uma rede de oferta com parcerias, mais canais de distribuição e as unidades estarem mais desenvolvidas relativamente à parte informática.

4. Análise e Discussão dos Resultados

A realização destas entrevistas, permitiu conhecer o TER de uma forma mais direta e profissional, confirmando os pontos fortes desta modalidade, como o contacto com a natureza, o desenvolvimento da aldeia onde está inserido, divulgação dos costumes locais, o contacto direto com as pessoas, espaço confortável e familiar, sentimento de segurança, divulgação da região Centro e criação de oportunidades de emprego.

Mas, por outro lado, perceber quais os principais constrangimentos que “impedem” os turistas de procurar este tipo de turismo, como o custo elevado, a não existência de atividades complementares, o receio do contacto com a natureza, pouco reconhecimento da região, o facto de ser um tipo de turismo sazonal, localização e acessibilidade pouco facilitadas e reduzida promoção e divulgação do TER.

Embora o TER tenha vindo a ter uma maior procura e a ser visto como uma opção de férias, ainda será necessário persistir na divulgação do mesmo, criando parcerias e canais de distribuição que facilitem a sua promoção e do Turismo do Centro.

4.2 Análise dos inquéritos

Na análise dos inquéritos, os resultados do estudo foram obtidos a partir de uma amostra total de 507 inquiridos.

Numa primeira fase, será feita uma análise ao perfil da amostra e, posteriormente, serão apresentados os resultados relativos a uma análise fatorial.

4.2.1 Perfil da amostra

Relativamente à caracterização da amostra, foram estudadas variáveis sócio-demográficas como país de residência, género, faixa etária, habilitações literárias, ocupação profissional, estado civil e rendimento mensal disponível.

A partir desta análise pode-se concluir que a maioria dos inquiridos são residentes em Portugal (87,4%), seguido da Alemanha com 3,7% e Holanda com 2% (Quadro 7).

4. Análise e Discussão dos Resultados

Quadro 7: Distribuição dos inquiridos pelo país de residência.

Variável sócio-demográfica	Frequência absoluta (N)	Percentagem (%)
<u>País de Residência</u>		
Alemanha	19	3,7
Bélgica	6	1,2
China	2	0,4
Dinamarca	8	1,6
Espanha	5	1,0
França	1	0,2
Holanda	10	2,0
Itália	2	0,4
Portugal	443	87,4
Reino Unido	5	1,0
República Checa	1	0,2
Suíça	5	1,0
Total	507	100,0

Fonte: elaboração própria.

Quanto ao género, 73,8% são do sexo feminino e destaca-se a faixa etária dos 18-30 anos (32,9%), seguido da faixa 31-40 e 41-50, ambos com 26% (Quadro 8).

Quadro 8: Distribuição dos inquiridos pelo género e faixa etária.

Variáveis sócio-demográficas	Frequência absoluta (N)	Percentagem (%)
<u>Género</u>		
Masculino	133	26,2
Feminino	374	73,8
Total	507	100,0
<u>Grupo Etário</u>		
18-30	167	32,9
31-40	132	26,0
41-50	132	26,0
51-60	60	11,8
>61	16	3,2
Total	507	100,0

Fonte: elaboração própria.

4. Análise e Discussão dos Resultados

As habilitações literárias são, maioritariamente, ao nível do ensino superior (70,8%) e 50,3% trabalha por conta de outrem (Quadro 9).

Quadro 9: Distribuição dos inquiridos pelas habilitações literárias e ocupação profissional.

Variáveis sócio-demográficas	Frequência absoluta (N)	Percentagem (%)
<u>Habilitações Literárias</u>		
Ensino Básico	11	2,2
Ensino Secundário	137	27,0
Ensino Superior	359	70,8
Total	507	100,0
<u>Ocupação Profissional</u>		
Desempregado	48	9,5
Empresário individual	61	12,0
Estudante	41	8,1
Funcionário administrativo/ comercial	22	4,3
Funcionário Público	74	14,6
Pensionista	1	0,2
Reformado	5	1,0
Trabalhador por conta de outrem	255	50,3
Total	507	100,0

Fonte: elaboração própria.

Por último, 49,1% é casado e 40,2% é solteiro, com um rendimento mensal disponível até 1000€ (44, 2%), seguido de um rendimento entre 1001 e 1500€ com 27,2% (Quadro 10).

Quadro 10: Distribuição dos inquiridos pelo estado civil e rendimento mensal disponível.

Variáveis sócio-demográficas	Frequência absoluta (N)	Percentagem (%)
<u>Estado Civil</u>		
Casado	249	49,1
Divorciado	50	9,9
Solteiro	204	40,2
Viúvo	4	0,8
Total	507	100,0

4. Análise e Discussão dos Resultados

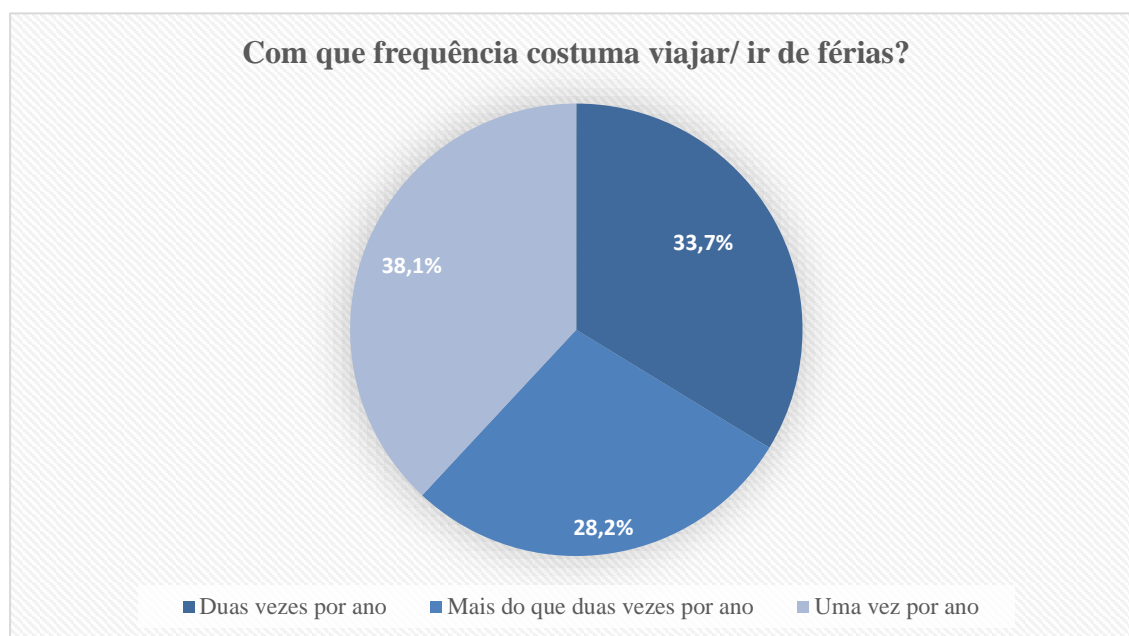
Quadro 10: Distribuição dos inquiridos pelo estado civil e rendimento mensal disponível (cont.)

<u>Rendimento Mensal disponível</u>		
Até 1000€	224	44,2
Entre 1001 e 1500€	138	27,2
Entre 1501 e 2000€	74	14,6
Entre 1501 e 2500€	1	,2
Entre 2001 e 2500€	28	5,5
Mais de 2500€	42	8,3
Total	507	100,0

Fonte: elaboração própria.

Em relação à frequência com que costumam viajar/ ir de férias (Figura 9), a maioria respondeu que viaja uma vez por ano (38%), seguindo-se de duas vezes por ano (33,7%) e, por fim, mais do que duas vezes por ano (28,2%), sendo este último valor muito significativo.

Figura 9. Frequência com que os turistas viajam/vão de férias.



Fonte: elaboração própria.

Na questão “Com quem, normalmente, viaja/vai de férias?” (Quadro 11), os inquiridos poderiam selecionar as opções que melhor se adequam, pelo que se pode concluir que as opções “Famíliares”, “Companheiro(a)” e “Amigos” foram as três opções mais assinaladas.

4. Análise e Discussão dos Resultados

O resultado total da frequência absoluta é superior a 507, pois a questão é de escolha múltipla, com seleção de mais que uma opção.

Quadro 11. Resposta à questão “Com quem, normalmente, viaja/ vai de férias?”.

Itens de escolha	Frequência absoluta	Percentagem
Sozinho	24	4,0%
Companheiro(a)	210	34,4%
Familiares	274	44,8%
Amigos	96	15,7%
Excursões Organizadas	7	1,1%
TOTAL	611	100%

Fonte: elaboração própria.

Relativamente à questão “Qual o tipo de turismo que procura com maior frequência?” (Quadro 12), as três maiores preferências recaíram sobre o “Sol e Praia”, “Turismo Cultural” e “Turismo de Natureza”. O Turismo Rural encontra-se em quarto lugar.

O resultado total da frequência absoluta é superior a 507, pois a questão é de escolha múltipla, com seleção de mais que uma opção.

Quadro 12. Resposta à questão “Qual o tipo de turismo que procura com maior frequência?”.

Itens de escolha	Frequência absoluta	Percentagem
Sol e Praia	416	33,0%
Turismo Rural	161	12,8%
Turismo de Natureza	234	18,5%
Turismo Cultural	251	20,0%
Turismo Religioso	19	1,5%
Gastronomia e Vinhas	78	6,2%
Turismo de Negócios	15	1,2%
Turismo de Saúde	18	1,4%
Turismo Desportivo	53	4,2%
Outro	15	1,2%
TOTAL	1260	100%

Fonte: elaboração própria.

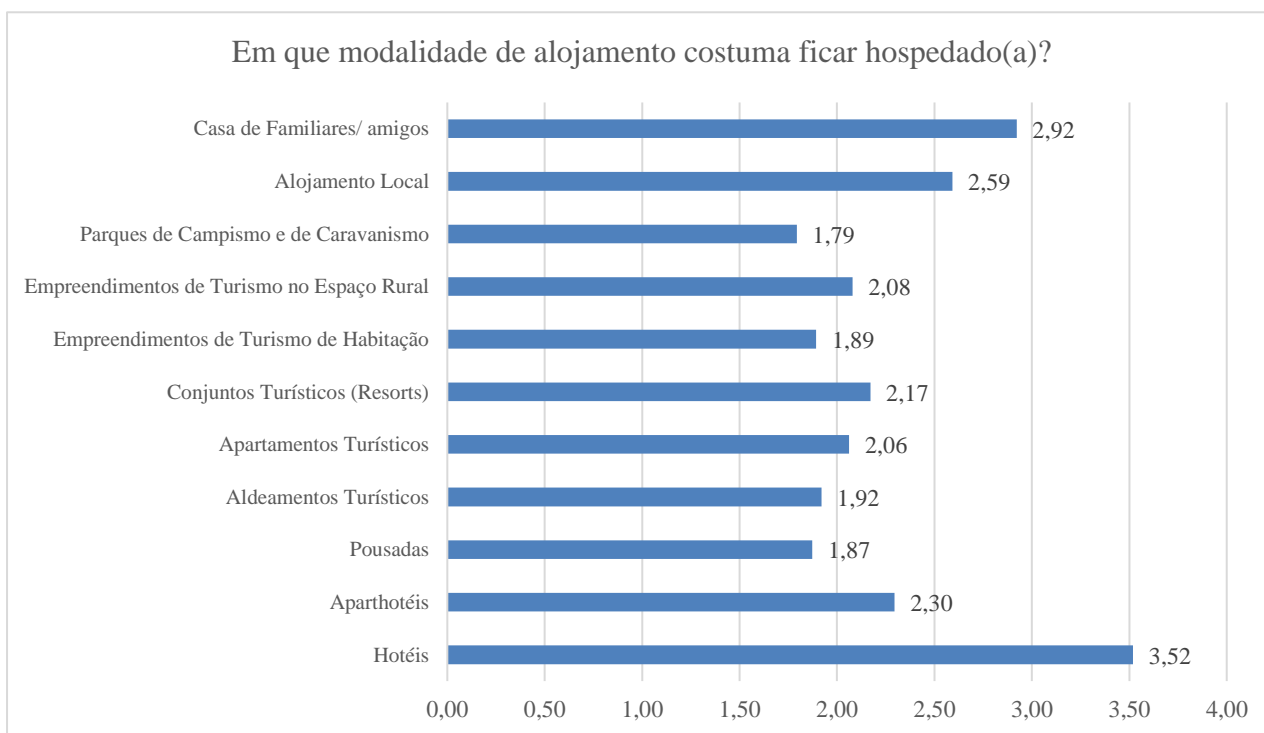
4. Análise e Discussão dos Resultados

De forma a avaliar a preferência de alojamento dos turistas, questionou-se acerca da frequência em onze tipos de alojamento, utilizando uma escala de 5 pontos (1-não frequento a 5- frequento muito).

Verificou-se que, em termos médios, os itens apresentam, em maioria, uma média inferior ao valor intermédio da escala (2,5).

Destacam-se os Hotéis com uma média de 3,52 e a Casa de familiares/ amigos com 2,92 (Figura 10), enquanto o TER apresenta apenas uma média de 2,08.

Figura 10. Modalidades de alojamento.

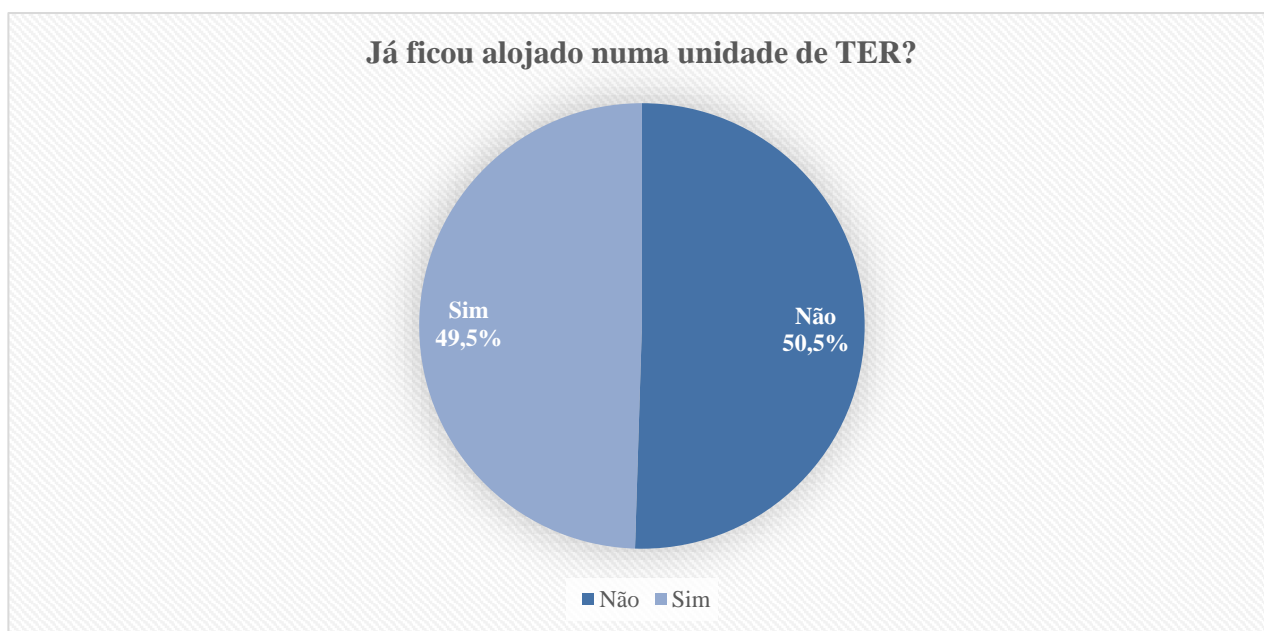


Fonte: elaboração própria.

Porém, quando questionados se já ficaram alojados numa unidade de TER, a percentagem é muito semelhante, em que 49,5% responderam que sim e 50,5% que não (Figura 11).

4. Análise e Discussão dos Resultados

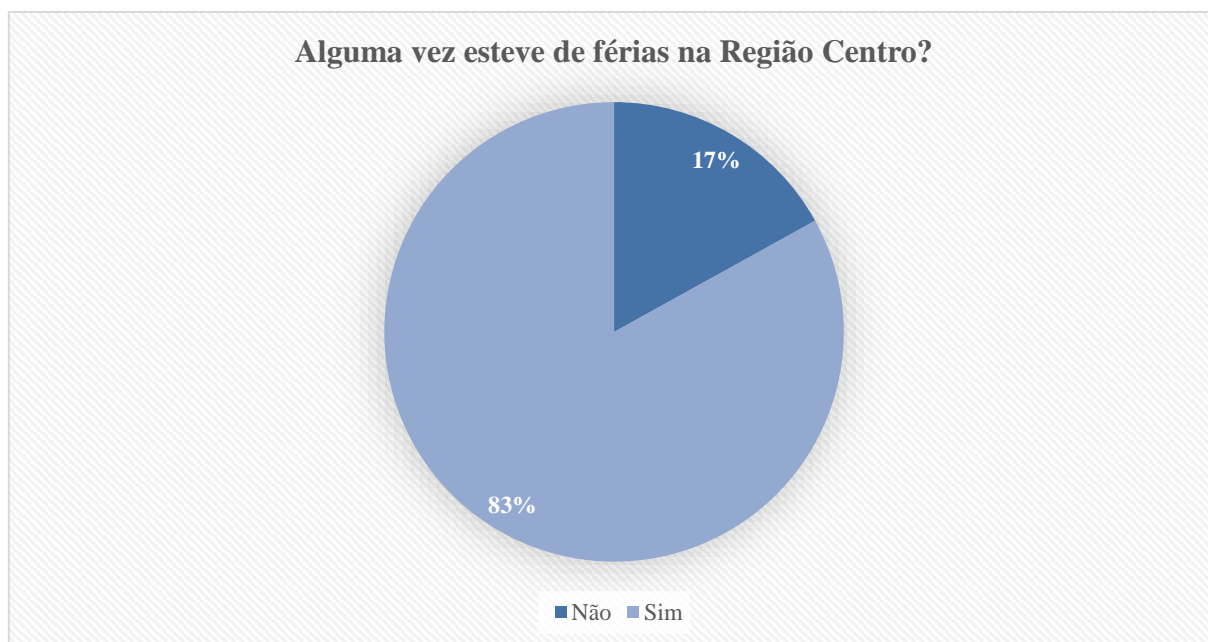
Figura 11. Alojamento numa unidade TER.



Fonte: elaboração própria.

Relativamente à questão se já estiveram de férias na região Centro (Figura 12), 83% respondeu que sim e apenas 17% não.

Figura 12. Férias na região Centro.



Fonte: elaboração própria.

4. Análise e Discussão dos Resultados

4.2.2 Análise fatorial exploratória

De forma a analisar as motivações dos turistas para a prática de TER, questionou-se a relevância de um conjunto de treze variáveis, relacionadas com esses motivos. Foi utilizada uma escala de Likert 5 pontos (1- nada relevante, 5 – muito relevante).

A partir do quadro 13, verifica-se que a maioria dos itens apresentam médias superiores a 3,5, pelo que se pode concluir que as variáveis apresentadas vão de encontro à opinião dos inquiridos, isto é, as pontuações vão no sentido positivo da relevância.

Destacando-se variáveis como o contacto com a natureza, interesse pela região onde o estabelecimento está inserido e o relaxamento físico e mental.

Quadro 13. Média e Desvio Padrão das variáveis motivacionais analisadas.

Variáveis	Média	Desvio Padrão
"Fuga" à vida citadina agitada	3,77	1,223
Contacto com a natureza	4,11	1,104
Boa hospitalidade e receção nos estabelecimentos	3,88	1,076
Interesse pela região onde o estabelecimento está inserido	4,04	1,043
Interação com a população local	3,215	1,1932
Descobrir novos lugares e experiências de aprendizagem	3,928	,9888
Relaxamento físico e mental	4,07	1,022
Sentimento de segurança e de estar num ambiente tranquilo	3,671	1,1356
Acessibilidade	2,966	1,1280
Desenvolvimento pessoal e intelectual	3,18	1,185
Aprender mais sobre outras culturas e tradições locais	3,530	1,1465
Motivos gastronómicos	3,63	1,230
Refúgio da vida quotidiana	3,92	1,080

Fonte: elaboração própria.

Foi feita uma análise fatorial destes itens relacionados com as motivações, de forma a encontrar combinações de fatores que expliquem as correlações entre o conjunto das variáveis.

4. Análise e Discussão dos Resultados

Para realizar este teste é necessário avaliar as correlações entre as variáveis, para se proceder a uma análise fatorial.

Desta forma, calculou-se o valor de *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO =0,851), isto é, o valor da medida de adequabilidade, podendo ser classificado como nível bom e o teste de Bartlett, que apresenta um valor de 1313,646 e uma probabilidade associada de 0,000, ou seja, pode-se rejeitar a hipótese nula de a matriz de correlação ser uma matriz identidade (Quadro 14).

Quadro 14. KMO e Teste de Bartlett para as variáveis de motivações analisadas.

<i>KMO and Bartlett's Test</i>		
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>	0,851	
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	1313,646
	<i>Df</i>	78
	<i>Sig.</i>	0,000

Fonte: elaboração própria.

A partir da análise do quadro 15, pode-se observar que através do critério de *Kaiser* (*eigenvalue* maior que 1), obtiveram-se três fatores que resultam em 65,349% da variância total das variáveis analisadas.

De seguida, efetuou-se uma rotação dos eixos através do método *Varimax*, observando-se que a variância explicada se mantém relativamente constante e distribuindo-se, apenas, de forma diferente pelos 3 fatores, maximizando as variáveis que contribuem para a formação do fator.

Por último, analisaram-se os três fatores através do *Alpha de Cronbach*, concluindo que os fatores apresentam valores superiores a 0,76, isto é, consistência interna alta.

Da análise realizada às variáveis de cada fator, apenas foram considerados os valores superiores a 0,5 para uma interpretação mais fácil e para apresentar valores para um único fator.

O fator 1, designado por “Fuga e Relaxamento” é constituído por cinco variáveis, sendo o fator que contribui mais para a variância total (22,867%), isto é, tem uma maior importância aquando da decisão de escolher o TER.

4. Análise e Discussão dos Resultados

O fator 2, “Preferência Pessoais”, e o fator 3, “Cultura e Religião”, representam, respectivamente, 21,42% e 21,06% da variância total.

Quadro 15. Matriz de Componentes após rotação das variáveis de motivações analisadas.

<i>Rotated Component Matrix^a</i>				
Variáveis		Componentes		
		1	2	3
<u>Fuga e Relaxamento:</u>	"Fuga" à vida citadina agitada	0,803		
	Contacto com a natureza	0,748		
	Refúgio da vida quotidiana	0,745		
	Relaxamento físico e mental	0,646		
	Boa hospitalidade e receção nos estabelecimentos	0,525		
<u>Preferências Pessoais:</u>	Acessibilidade		0,795	
	Sentimento de segurança e de estar num ambiente tranquilo		0,677	
	Desenvolvimento pessoal e intelectual		0,657	
	Descobrir novos lugares e experiências de aprendizagem		0,598	
<u>Cultura e Região:</u>	Interação com a população local			0,757
	Motivos gastronómicos			0,737
	Aprender mais sobre outras culturas e tradições locais			0,627
	Interesse pela região onde o estabelecimento está inserido			0,626
Valor Próprio		2,973	2,785	2,738
Variância Explicada		22,867	21,42	21,062
Variância Explicada Acumulada		22,867	44,287	65,349
<i>Alpha Cronbach's</i>		0,839	0,798	0,761

Fonte: elaboração própria.

Na análise das desmotivações/ constrangimentos dos turistas para a prática de TER, questionou-se a relevância de um conjunto de doze variáveis. Foi utilizada uma escala de Likert 5 pontos (1- nada relevante, 5 – muito relevante).

4. Análise e Discussão dos Resultados

Para esta questão procedeu-se de forma igual à questão anterior.

A partir do quadro 16, verifica-se que apenas um item apresenta uma média superior a 3 (“Preferência por outro tipo de turismo”), enquanto as restantes são inferiores a 3, ou seja, as pontuações vão no sentido negativo da relevância.

Quadro 16. Média e Desvio Padrão das variáveis (des)motivacionais analisadas.

Variáveis	Média	Desvio Padrão
Custo elevado	2,795	1,3933
Localização e acessibilidade dificultadas	2,649	1,2740
Falta de privacidade	2,353	1,3118
Poucos restaurantes nas redondezas da unidade de alojamento TER	2,667	1,3372
Existência de poucas atividades complementares (desportivas, animação)	2,700	1,3605
Falta de gosto pelo campo e natureza	1,959	1,2510
Falta de divulgação do TER	2,731	1,3749
Reduzida oferta de alojamentos TER	2,568	1,2410
Preferência por outro tipo de turismo	3,615	1,4110
Unidades de alojamento TER localizadas em territórios despovoados	2,515	1,2875
Unidades de alojamento TER localizadas em locais com grande envelhecimento da população	2,207	1,2536
Estruturas e monumentos locais subvalorizados	2,447	1,2223

Fonte: elaboração própria.

Primeiramente, calculou-se o valor de *Kaiser-Meyer-Olkin* ($KMO = 0,868$), classificando-o como nível bom e fez-se o teste de Bartlett, que apresenta um valor de 1100,008 e uma probabilidade associada de 0,000, rejeitando a hipótese nula de a matriz de correlação ser uma matriz identidade (Quadro 17).

4. Análise e Discussão dos Resultados

Quadro 17. KMO e Teste de Bartlett para as variáveis de desmotivações analisadas.

<i>KMO and Bartlett's Test</i>		
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		0,868
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	1100,008
	<i>Df</i>	66
	<i>Sig.</i>	0,000

Fonte: elaboração própria.

A partir da análise do quadro 18, pode-se observar que através do critério de *Kaiser* (*eigenvalue* maior que 1), obtiveram-se três fatores que resultam em 62,523% da variância total das variáveis analisadas.

De seguida, com a rotação dos eixos através do método *Varimax*, conclui-se que a variância explicada se mantém constante e distribui-se de forma diferente pelos 3 fatores.

Foi feita uma análise aos três fatores através do *Alpha de Cronbach*, mostrando que os fatores apresentam valores superiores a 0,74, isto é, consistência interna alta.

Da análise realizada às variáveis de cada fator, pode-se observar que o fator 1, designado por “Desinteresse no TER” é constituído por cinco variáveis, sendo o fator que contribui mais para a variância total (21,774%).

O fator 2, “Falta de divulgação e reduzida oferta” com três variáveis representa 21,773% da variância total e o fator 3, “Custo elevado e localização dificultada” com quatro variáveis, representa 18,975%.

4. Análise e Discussão dos Resultados

Quadro 18. Matriz de Componentes após rotação das variáveis de desmotivações analisadas.

<i>Rotated Component Matrix^a</i>				
Variáveis		Componentes		
		1	2	3
<u>Desinteresse no TER:</u>	Preferência por outro tipo de turismo	0,752		
	Falta de gosto pelo campo e natureza	0,661		
	Unidades de alojamento TER localizadas em territórios despovoados	0,639		
	Unidades de alojamento TER localizadas em locais com grande envelhecimento da população	0,621		
	Existência de poucas atividades complementares (desportivas, animação)	0,525		
<u>Falta de divulgação e reduzida oferta:</u>	Falta de divulgação do TER		0,856	
	Reduzida oferta de alojamentos TER		0,802	
	Estruturas e monumentos locais subvalorizados		0,581	
<u>Custo elevado e localização dificultada:</u>	Custo elevado			0,820
	Localização e acessibilidade dificultadas			0,715
	Falta de privacidade			0,662
	Poucos restaurantes nas redondezas da unidade de alojamento TER			0,550
Valor Próprio		2,613	2,613	2,277
Variância Explicada		21,774	21,773	18,975
Variância Explicada Acumulada		21,774	43,548	62,523
Alpha Cronbach's		0,782	0,744	,758

Fonte: elaboração própria.

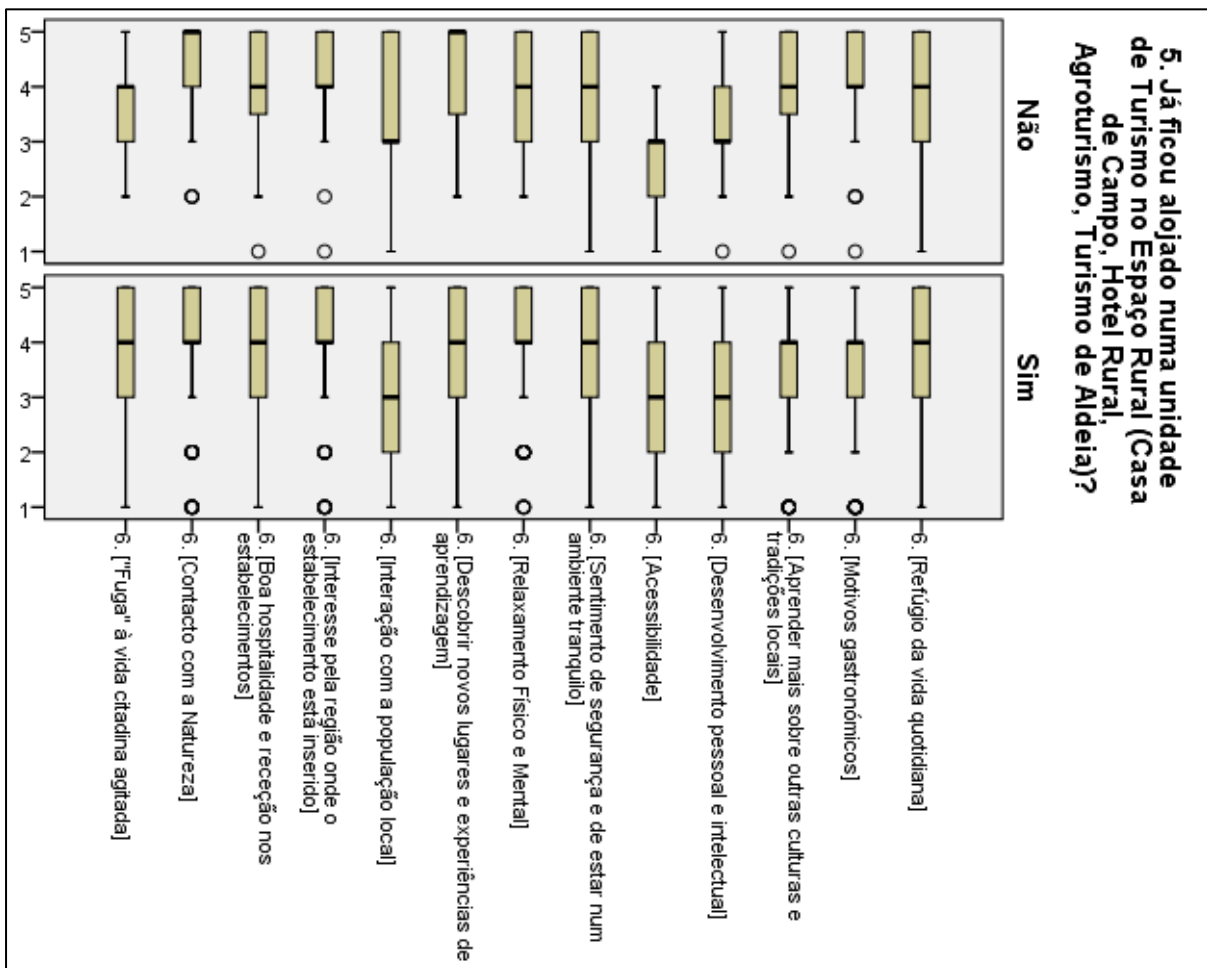
4. Análise e Discussão dos Resultados

Por fim, foi feito um cruzamento entre quem ficou e quem nunca ficou alojado em TER com os fatores motivacionais da prática de TER, observando-se diferenças significativas (Figura 13).

Relativamente aos motivos para quem nunca ficou alojado em TER verifica-se que praticamente todos os fatores apresentam uma elevada relevância, exceto a “Fuga à vida citadina”, “Acessibilidade” e “Desenvolvimento pessoal e intelectual”.

Quanto a quem já ficou alojado em TER, os motivos que apresentam menos relevância são “Interação com a população local”, “Acessibilidade”, “Desenvolvimento pessoal e intelectual” “Aprender mais sobre outras culturas e tradições locais” e “Motivos gastronómicas”.

Figura 13. Cruzamento de fatores motivacionais com quem já ou não praticou TER.



Fonte: elaboração própria.

5. Conclusões

O TER poderá ter uma importância fundamental para as regiões do interior e para as regiões que à partida pareceriam menos atrativas em termos turísticos, como no caso da região Centro, pois irá permitir um desenvolvimento das aldeias onde os alojamentos estão inseridos, uma vez que, algumas delas encontram-se em estado de abandono.

Desta forma, é visto como um instrumento revitalizador do meio rural, podendo tornar-se num complemento agrícola e proporcionar a promoção e divulgação dos produtos endógenos, das tradições e culturas locais.

Este estudo tem como tema central perceber quais os principais motivos que levam os turistas a não procurar o TER. Para alcançar este objetivo, foi necessário começar por fazer uma revisão de literatura sobre o TER, no que diz respeito, ao seu enquadramento histórico, conceito e objetivos, as modalidades, o perfil dos turistas e, principalmente, sobre as motivações e constrangimentos para a prática deste tipo de turismo. Esta revisão de literatura permitiu concluir que existe uma lacuna em estudos, no que se refere aos fatores (des)motivacionais.

Desta forma, procedeu-se a métodos de investigação qualitativo (entrevistas) e quantitativo (inquérito por questionário), com o intuito de conseguir respostas para esta questão.

Relativamente às entrevistas realizadas, de uma forma geral, pode-se concluir que os proprietários são da opinião que o TER ajuda no desenvolvimento da região onde está inserido, por outro lado, afirmam que os turistas cada vez mais consideram o TER como opção de férias, porém muitos ainda não optam por este tipo de turismo devido ao custo mais elevado, pela falta de divulgação desta modalidade e pelo receio de viver uma experiência sem comodidade e privacidade. Referem, ainda, que há pouca divulgação e promoção da região Centro.

Por fim, de forma a alterar a reduzida procura do TER são da opinião que deveria existir mais apoio aos proprietários, criando associações de unidades de alojamento para uma maior promoção do Turismo do Centro e do TER.

Da aplicação *online* e presencial dos inquéritos, obtiveram-se 507 respostas válidas, que após uma análise exploratória permitem concluir, que a maior parte dos inquiridos são residentes em Portugal (87,4%), são do género feminino (73,8%), entre os 18 e os 30 anos (32,9%) e entre os

5. Conclusões

31-40 e os 41 - 50 anos a percentagem foi igual (26,0%), com o grau de ensino superior (70,8%), trabalhadores por conta de outrem (50,3%) e com rendimentos entre 1001 e 1500€ por mês (27,2%). Por último, 83% dos inquiridos já esteve de férias na região Centro.

O Turismo Sol e Praia, Turismo de Natureza e Turismo Cultural são os 3 produtos turísticos mais escolhidos para férias. A maior preferência de alojamento recai nos Hotéis, enquanto o TER apresenta uma preferência reduzida (média de 2,08). Em relação ao alojamento em TER, 49,5% já esteve alojado e 50,5% nunca esteve alojado.

Relativamente às principais motivações, a partir dos testes efetuados, observou-se que o fator “Fuga e Relaxamento” foi o que mais contribui para a decisão de escolher o TER, com as variáveis “Fuga à vida citadina”, “Contacto com a Natureza”, “Refúgio da vida quotidiana”, “Relaxamento Físico e Mental” e “Boa hospitalidade e receção nos estabelecimentos”.

Enquanto nos constrangimentos, o fator “Desinteresse no TER” é o que mais contribui para a falta de interesse na modalidade, com as variáveis “Preferência por outro tipo de turismo”, “Falta de gosto pelo campo e natureza”, “Unidades de alojamento TER localizadas em territórios despovoados”, “Unidades de alojamento TER localizadas em locais com grande envelhecimento da população” e “Existência de poucas atividades complementares (desportivas, animação).

O principal contributo deste estudo é tentar colmatar uma lacuna na literatura, identificando os principais constrangimentos pelos quais os turistas não procuram o produto TER em comparação com os frequentadores destes espaços turísticos.

Este estudo poderá ser muito útil para as unidades de alojamento TER e para o Turismo do Centro, uma vez que dá a conhecer quais os principais motivos de escolha e os principais constrangimentos que “impedem” os turistas de não o procurar ou frequentar, o que irá permitir atuar de forma mais correta e estratégica para se contornar esta questão e aumentar a taxas de ocupação do TER, na região Centro.

Este trabalho apresenta algumas limitações, no que diz respeito à reduzida existência de estudos sobre os constrangimentos de TER. Outra limitação centra-se no facto de os inquiridos serem maioritariamente residentes em Portugal, pois não se conseguiu saber a opinião de turistas estrangeiros.

5. Conclusões

Quanto a futuras investigações, poderia ser interessante realizar um estudo mais direcionado para os turistas estrangeiros que se encontrem na região Centro, para que se consiga perceber se as (des)motivações seriam semelhantes ou não; fazer um cruzamento entre os dados deste estudo com outras variáveis, como por exemplo, experiências anteriores com o TER, de forma a entender se essas experiências (positivas ou negativas) influenciam a escolha do turista; avaliar o trabalho realizado pelos empreendimentos de TER, de forma a perceber se este está a ir de encontro ao que o turista procura e se a promoção da região Centro está a ser suficiente para atrair mais turistas para este tipo de turismo.

.

Referências Bibliográficas

Aguiar, N. & Castro, P. (2012). Turismo Rural, desenvolvimento e ordenamento jurídico. Instituto Politécnico de Bragança.

Botezatu, A. (2014). Tourist Motivation for Rural Destinations. Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and rural development. 14 (1), 2014.

Caetano, J. & P. Vasconcelos. 2006. Gestão De Crise. Novos Gestores. Lisboa: Presença.

Carneiro, M., Lima, J. & Silva, A. (2013). The relevance of landscape in the rural tourism experience: Identifying important elements of the rural landscape. ORTE - International Conference on Rural Tourism.

Cavaco, C. (1999). Desenvolvimento Rural: desafio e utopia. Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa.

Condesso, F. (2011). Desenvolvimento rural, patrimonio e turismo. *Cuadernos de desarrollo rural*, 8 (66), 195-220.

Coutinho, C. (2012). A Jornada do Turismo Rural: Intervenção na Cidade da Guarda (Dissertação de Mestrado). Universidade da Beira Interior.

Darau, A. P., Corneliu, M., Brad, M. L. & Avram, E. (2010). The Concept of Rural Tourism and Agritourism. Vasile Goldis University Press, 5(1), 39-42.

Devesa, M., Laguna, M., Palacios, A. (2009). The role of motivation in visitor satisfaction: Empirical evidence in rural tourism, *Tourism Management*.

Direção-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural. (2017). Turismo no Espaço Rural. Recuperado em 10 junho, 2017 de <http://www.dgadr.pt/diversificacao/turismo-rural>.

Domingues, C. (2012). Oportunidades e barreiras ao desenvolvimento do Turismo Rural na NUT II Serra da Estrela. Dissertação do Mestrado Turismo, Inovação e Desenvolvimento. Instituto Politécnico de Viana do Castelo.

Diário da República Eletrónico. (2008). DL n.º 39/2008 de 7 de março.

Referências Bibliográficas

Diário da República Eletrónico. (2014). DL n.º 15/2014 de 23 de janeiro.

Eusébio, C. & Carneiro, M. (2012). Impactes sócio-culturais do turismo em destinos urbanos. Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional. Revista Portuguesa de Estudos Regionais.

Fernandes, S. (2016). Turismo em Espaço Rural: As preferências dos turistas. Dissertação de Mestrado. Universidade Europeia, Lisboa.

Gannon, A. (1994). Rural tourism as a factor in rural community economic development for economies in transition. *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1+2), 51-60.

Gomes, A. (2015). O Turismo Rural e o Desenvolvimento da Região Centro. Dissertação de Mestrado. Universidade do Algarve.

Gomez, V. (1988). Turismo em Espaço Rural: rehabilitacion del patrimonio sociocultural Y de la economia local. Madrid: Editorial Popular.

Instituto Nacional de Estatística (2019). Estatísticas do Turismo 2017, Edição 2018. Lisboa: INE.

Jarvis, N. & Blank, C. (2011). The Importance of Tourism Motivations among Sport Event Volunteers at the 2007 World Artistic Gymnastics Championships, Stuttgart, Germany. University of Brighton.

Kastenholz, E. (1997). The Background and Market Profile of Tourism in Rural Areas in the Portuguese North and Central Region. Dissertação de Mestrado, ISEE/ Universidade do Porto.

Kastenholz, E. (2002). O papel da imagem do destino no comportamento do turista e implicações em termos de marketing: o caso do Norte de Portugal. Dissertação de Doutoramento. Universidade de Aveiro.

Kastenholz, E. (2004). «Management of Demand» as a Tool in Sustainable Tourist Destination. *Development. Journal of Sustainable Tourism*, 12(5), 388-408.

Kastenholz, E. (2013). Creating, sharing and living rural tourism experiences: insight from a research project in Portugal. ORTE 2013 - International Conference on Rural Tourism.

Referências Bibliográficas

Kastenholz, E. & Santos, E. (2013). The evolution of profile and motivations of agro-tourists in Rio Grande do Sul/ Brasil. ORTE 2013 - International Conference on Rural Tourism.

Kastenholz, E. (2014). Reinventar o turismo rural em Portugal: cocriação de experiências turísticas sustentáveis. Universidade de Aveiro. UA Editora.

Kastenholz, E., & Santos, E. (2014). The evolution of profile and motivations of agro-tourists in Rio Grande do Sul/Brasil. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(3), 597-609.

Lane, B., & Kastenholz, E. (2015). Rural tourism: The evolution of practice and research approaches - towards a new generation concept? *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8–9), 1133–1156. doi:10.1080/09669582.2015.1083997.

Macedo, S. (2018). Marketing Digital nos Hotéis de Turismo Rural de Portugal. Dissertação de Mestrado em Gestão do Turismo. Escola Superior de Hotelaria e Turismo. Politécnico do Porto.

Martins, C. (2012). Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável: O Papel da Arquitetura Vernacular. Dissertação de Mestrado. Universidade da Beira Interior.

Melo, V. (2003). "Modelo de Negócio para a promoção do Turismo no Espaço Rural através da Internet". Dissertação de Mestrado. Universidade do Porto.

Moreira, A. (2007). Cultura e cidade: A casa, a rua e o bairro nas etnografias urbanas. Porto Alegre.

Morrison, A. (2013). Marketing and managing tourism destinations. Routledge.

Neves, A., Soares, C., Pereira, C., Honório, F., Ferrão, F., Lourenço, F., Costa & Rodrigues, I. (2008). Estudo de Caracterização do Turismo no Espaço Rural e do Turismo de Natureza em Portugal. Instituto de Estudos Sociais e Económicos (IESE).

Nistoreanu, P. & Marinela, G. (2010). Turism rural. *Tratat*, C. H. Beck, București, 79-189, citado por BOTEZATU, A. 2014

Nogueira, S., & Pinho, J. (2015). Stakeholder Network Integrated Analysis: The Specific Case of Rural Tourism in the Portuguese Peneda-Gerês National Park. *International Journal of Tourism Research*.

Referências Bibliográficas

Palma, A. (2014). Turismo em Espaço Rural no Centro de Portugal. Relatório Final de Estágio. Mestrado em Turismo Inovação e Desenvolvimento. Escola Superior de Tecnologia e Gestão. Instituto Politécnico de Viana do Castelo.

Park, D. & Yoon, Y. (2009). Segmentation by motivation in rural tourism: a Korean case study”. *Tourism Management*, 30, 99-108.

Pato, L., Breda, Z., Cunha, C. & Kastenholz, E. (2014). Experiência turística rural vivida e cocriada pelos agentes da oferta e de planeamento. In Kastenholz *et al.*, coord. Reinventar o turismo rural em Portugal: cocriação de experiências turísticas sustentáveis. Aveiro: UA Editora, 2014. 107.

Pérez, X. (2009). Turismo Cultural: uma visão antropológica. Tenerife: Asociación Canaria de Antropología. ISBN 978- 84-88429-13-1.

Pesonen, J. & Komppula, R. (2010). Rural Wellbeing Tourism: Motivations and Expectations. *Jornal oh Hospitality and Tourism Management*.

Petroman, C., Mirea, A., Lozici, A., Constantin, E., Marin, D., Merce, J. (2015). The Rural Educational Tourism at the Farm. ScienceDirect. 3rd Global Conference on Business, Economics, Management and Tourism, Italy.

Răvaş, D. (2007). General assessment of the tourism development in the rural areas. *Annals of the University of Petrosani Economics*. 7, 305-308.

Ribeiro, M. (2000). Procuras urbanas, ambiente(s) e desenvolvimento de regiões do interior, Douro – Estudos e Documentos. 10.

Ribeiro, M. & Marques, C. (2002). Rural tourism and the development of less favoured areas - between rhetoric and practice. *International Journal of Tourism Research*, 4(3), 211-220.

Sharpley R. (2002). Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Cyprus. *Tourism Management*, 23(3), 233-244.

Sharpley, R.. & Vass, A. (2006). Tourism, farming and diversification: An attitudinal study. *Tourism Management*, 27(5), 1040-1052.

Referências Bibliográficas

Streimikiene, D., Bilan, Y. (2015). Review of Rural Tourism Development Theories”, *Transformations in Business & Economics*, 14, 2 (35), 21-34.

Walford, N. (2001). Patterns of development in tourist accommodation enterprises on farms in England and Wales. *Applied Geography*, 21(4), 331–345.

TravelBI (2019). *Turismo em Portugal 2018*. Lisboa: TravelBI.

TravelBI (2019). *Turismo no Espaço Rural e Turismo de Habitação em Portugal 2017*. Lisboa: TravelBI.

ANEXOS

Anexo 1 – GUIÃO DA ENTREVISTA (PROPRIETÁRIOS)

A presente entrevista, constitui uma parte integrante para a elaboração de uma Tese de Mestrado em Gestão Turística, do Instituto Politécnico de Viseu, sobre o “Estudo das Não Motivações para a prática de Turismo em Espaço Rural: o caso da Região Centro”.

A sua participação é fundamental para a elaboração deste trabalho e, posteriormente, será enviado um resumo das principais conclusões da investigação em curso.

Os dados são para utilização exclusivamente científica e são estritamente confidenciais.

Muito obrigada pela sua colaboração.

1. Porque é que optou por apostar no Turismo em Espaço Rural?
2. Quais os pontos positivos que identifica para este tipo de turismo?
3. E quais os pontos negativos?
4. Resumidamente, qual o perfil típico do turista que frequenta o TER? E quais as suas motivações?
5. Tendo em conta as baixas taxas de ocupação registadas em Portugal nestas modalidades de alojamento, considera que os turistas ainda não veem o TER como uma opção para férias?
6. Consegue identificar quais os principais motivos que levam muitos turistas a não escolher o TER?
7. Na sua opinião, o que poderia ser feito para alterar a reduzida procura do TER?

Anexo 2 – GUIÃO DE ENTREVISTA (CONSULTOR)

A presente entrevista, constitui uma parte integrante para a elaboração de uma Tese de Mestrado em Gestão Turística, do Instituto Politécnico de Viseu, sobre o “Estudo das Não Motivações para a prática de Turismo em Espaço Rural: o caso da Região Centro”.

A sua participação é fundamental para a elaboração deste trabalho e, posteriormente, será enviado um resumo das principais conclusões da investigação em curso.

Os dados são para utilização exclusivamente científica e são estritamente confidenciais.

Muito obrigada pela sua colaboração.

1. Qual a sua ligação ao Turismo em Espaço Rural?
2. Quais os motivos que levam as pessoas a apostar no TER?
3. Quais os pontos positivos que identifica para este tipo de turismo?
4. E quais os pontos negativos?
5. Resumidamente, qual o perfil típico do turista que frequenta o TER? E quais as suas motivações?
6. Tendo em conta as baixas taxas de ocupação registadas em Portugal nestas modalidades de alojamento, considera que os turistas ainda não veem o TER como uma opção para férias?
7. Consegue identificar quais os principais motivos que levam muitos turistas a não escolher o TER?
8. Na sua opinião, o que poderia ser feito para alterar a reduzida procura do TER?

Anexo 3– INQUÉRITO EM LÍNGUA PORTUGUESA

Inquérito – Estudo das (Des)Motivações para a prática do Turismo em Espaço Rural

O presente inquérito constitui parte integrante de uma tese do Mestrado em Gestão Turística do Instituto Politécnico de Viseu, sobre o "Estudo das (Des) Motivações para a prática do Turismo em Espaço Rural".

Os dados obtidos serão tratados estatisticamente, e são estritamente confidenciais.

Agradecemos a sua colaboração e disponibilidade, que serão fundamentais para a conclusão deste trabalho.

1. Com que frequência costuma viajar/ ir de férias (Assinale a opção que melhor se adequa)?
 - a. Uma vez por ano
 - b. Duas vezes por ano
 - c. Mais do que duas vezes por ano

2. Com quem, normalmente, viaja/ vai de férias (Assinale as opções que melhor se adequam)?
 - a. Sozinho
 - b. Companheiro(a)
 - c. Familiares
 - d. Amigos
 - e. Excursões organizadas

3. Qual é o tipo de turismo que procura com maior frequência? (Assinale as suas 3 maiores preferências).
 - a. Sol e Praia
 - b. Turismo no Espaço Rural
 - c. Turismo de Natureza
 - d. Turismo Cultural
 - e. Turismo Religioso
 - f. Gastronomia e Vinhos
 - g. Turismo de Negócios
 - h. Turismo de Saúde
 - i. Turismo Desportivo
 - j. Outro _____

Anexo 3 – INQUÉRITO EM LÍNGUA PORTUGUESA

4. Em que modalidade de alojamento costuma ficar hospedado(a)?

Utilize a seguinte escala (1 = não frequente; 5 = frequente muito) para corresponder à sua opinião.

Afirmações	1	2	3	4	5
a) Hotéis					
b) Aparthotéis					
c) Pousadas					
d) Aldeamentos Turísticos					
e) Apartamentos Turísticos					
f) Conjuntos Turísticos (Resorts)					
g) Empreendimentos de Turismo de Habitação					
h) Empreendimentos de Turismo no Espaço Rural					
i) Parques de Campismo e de Caravanismo					
j) Alojamento Local					
k) Casa de familiares/ Amigos					

5. Já ficou alojado numa unidade de Turismo no Espaço Rural (Casa de Campo, Hotel Rural, Agroturismo, Turismo de Aldeia)?

- a. Sim
 b. Não (passar diretamente para a pergunta n.º 7)

6. Quais os motivos que o levaram a escolher o TER?

Utilize a seguinte escala (1 = nada relevante; 5 = muito relevante) para corresponder à sua opinião.

Afirmações	Escala de Relevância				
	1	2	3	4	5
a) "Fuga" à vida citadina agitada					
b) Contacto com a Natureza					

Anexo 3 – INQUÉRITO EM LÍNGUA PORTUGUESA

a) Boa hospitalidade e receção nos estabelecimentos					
b) Interesse pela região onde o estabelecimento está inserido					
c) Interação com a população local					
d) Descobrir novos lugares e experiências de aprendizagem					
e) Relaxamento físico e mental					
f) Sentimento de segurança e de estar num ambiente tranquilo					
g) Acessibilidade					
h) Desenvolvimento pessoal e intelectual					
i) Aprender mais sobre outras culturas e tradições locais					
j) Motivos gastronómicos					
k) Refúgio da vida quotidiana					

7. Se respondeu **Não** na questão 5, quais os motivos de nunca ter frequentado uma unidade de TER:

Utilize a seguinte escala (1 = nada relevante; 5 = muito relevante) para corresponder à sua opinião.

Afirmações	Escala de Relevância				
	1	2	3	4	5
a) Custo elevado					
b) Localização e acessibilidade dificultadas					
c) Falta de privacidade					
d) Poucos restaurantes nas redondezas da unidade de alojamento TER					
e) Existência de poucas atividades complementares (desportivas, animação)					
f) Falta de gosto pelo campo e natureza					
g) Falta de divulgação do TER					
h) Reduzida oferta de alojamentos TER					

a) Preferência por outro tipo de turismo					
b) Unidades de alojamento TER localizadas em territórios despovoados					
c) Unidades de alojamento TER localizadas em locais com grande envelhecimento da população					
d) Estruturas e monumentos locais subvalorizados					

8. Alguma vez esteve de férias na Região Centro (Assinale com um X)?
- a. Sim
- b. Não

Informações sócio-demográficas

A. Local de Residência

- A.1. País: _____
- A.2. Concelho: _____

B. Género

- B.1. Masculino
- B.2. Feminino

C. Grupo Etário

- C.1. 18 – 30
- C.2. 31 – 40
- C.3. 41 – 50
- C.4. 51 – 60
- C.5. > 61

D. Habilitações Literárias

- D.1. Ensino Básico
- D.2. Ensino Secundário
- D.3. Ensino Superior

E. Ocupação Profissional

- E.1. Empresário individual
- E.2. Trabalhador por conta de outrem
- E.3. Funcionário administrativo/ comercial
- E.4. Funcionário Público
- E.5. Estudante
- E.6. Desempregado
- E.7. Outra: _____

F. Estado Civil

- F.1. Solteiro
- F.2. Casado
- F.3. Divorciado
- F.4. Viúvo

G. Rendimento Mensal disponível:

- G.1. Até 1000€
- G.2. Entre 1001 e 1500
- G.3. Entre 1501 e 2000
- G.4. Entre 2001 e 2500
- G.5. Mais de 2500

Anexo 4– INQUÉRITO EM LÍNGUA INGLESA

Research - Study of (Des) Motivations for Rural Tourism Practice

This survey is part of a thesis of the Master in Tourism Management of the Polytechnic Institute of Viseu, on the "Study of (Dis) Motivations for the Practice of Tourism in Rural Space.

The data obtained will be treated statistically and are strictly confidential. We appreciate your collaboration and availability, which will be critical to the completion of this work.

1. How often do you travel / go on holiday (Check the option that suits you best)?
 - a. Once a year
 - b. Twice a year
 - c. More than twice a year

2. Who you normally travel with / go to on holiday (Check the options that best suit you)?
 - a. Alone
 - b. Husband/Wife/Boyfriend/Girlfriend
 - c. Family
 - d. Friends
 - e. Organized tours

3. What type of tourism are you looking for most often? (Check your 3 biggest preferences)?
 - a. Sun and Beach
 - b. Rural Tourism
 - c. Nature Tourism
 - d. Cultural Tourism
 - e. Religious Tourism
 - f. Gastronomy and wines
 - g. Business Tourism
 - h. Health Tourism
 - i. Sports Tourism
 - j. Other _____

Anexo 4 – INQUÉRITO EM LÍNGUA INGLESA

4. What type of accommodation do you usually stay in?

Use the following scale (1 = don't go; 5 = go often) to match your opinion.

Afirmations	1	2	3	4	5
a) Hotels					
b) Aparthotels					
c) Hostel					
d) Tourist Villages					
e) Tourist Apartments					
f) Resorts					
g) Housing Tourism Developments					
h) Rural Tourism Enterprises					
i) Camping					
j) Local Accomodation					
k) Family/ friends house					

5. Have you ever stayed in a Rural Tourism Unit (Country House, Rural Hotel, Agrotourism, Village Tourism)?

- a. Yes
- b. No (go straight to question 7)

6. What reasons led you to choose TER?

Use the following scale (1 = not relevant; 5 = very relevant) to match your opinion.

Affirmations	Scale of importance				
	1	2	3	4	5
a) Escape from routine					
b) Closeness to nature;					
c) Good hospitality and reception					
d) Interest in the region					
e) Interaction with the local population					

Anexo 4 – INQUÉRITO EM LÍNGUA INGLESA

a) Discover new places and experiences					
b) Pleasure and relaxation for soul and body					
c) Safety and friendly environment of the local community					
d) Accessibility					
e) Personal and intellectual development					
f) Learn about cultures and traditions					
g) Gastronomic reasons					
h) Refuge to stress life					

7. If you answer **No** in question 5, why have you never attended a TER unit:

Use the following scale (1 = not relevant; 5 = very relevant) to match your opinion.

Affirmations	Scale of importance				
	1	2	3	4	5
a) High cost					
b) Difficult location and accessibility					
c) Lack of privacy					
d) Few restaurants around the TER accommodation unit					
e) There are few complementary activities (sports, animation)					
f) Lack of taste for the countryside and nature					
g) Lack of divulgation of TER					
h) Reduced offer of accommodation					
i) Preference for another type of tourism					
j) TER accommodation units located in unpopulated territories					
k) TER accommodation units located in aging populations					
l) Undervalued local structures and monuments					

8. Have you ever been on holiday in the Center Region (Mark X)?

a. Yes

b. Não

Sociodemographic Information

A. Residence

A.1. Country: _____

B. Genre

B.1. Male

B.2. Female

C. Age

C.1. 18 – 30

C.2. 31 – 40

C.3. 41 – 50

C.4. 51 – 60

C.5. > 61

F. Marital status

F.1. Single

F.2. Married

F.3. Divorced

F.4. Widower

G. Monthly income

G.1. Until 1000€

G.2. Between 1001 and 1500

G.3. Between 1501 and 2000

G.4. Between 2001 and 2500

G.5. More than 2500

D. Literary abilities

D.1. Basic Education

D.2. High school

D.3. Higher education

E. Professional occupation

E.1. Individual businessman

E.2. Employee

E.3. Administrative officer

E.4. Public agent

E.5. Student

E.6. Unemployed

E.7. Other: _____

Thank you very much for your cooperation.

