



Beatriz Lima Barros

A imagem de Portugal enquanto destino do turismo equestre: estudo das motivações e do perfil da procura.

Agosto de 2022

Beatriz Lima Barros

A imagem de Portugal enquanto destino
do turismo equestre: estudo das
motivações e do perfil da procura.

Tese de Mestrado

Gestão Turística

Professora Doutora Cristina Barroco

Professor Doutor Joaquim Antunes



Agosto de 2022

AGRADECIMENTOS

Esta dissertação surgiu de uma grande paixão minha que sempre me acompanhou desde pequena, a paixão pelos cavalos, que se expandiu para o turismo equestre com o passar do tempo (e dos estudos também), e não poderia ter sido feita sem o apoio de algumas pessoas.

Primeiramente, agradeço à minha família que sempre demonstrou uma enorme paciência e força para comigo, especialmente aos meus pais, que nunca permitiram que eu desistisse dos meus objetivos e me inculcaram os valores que eu detenho hoje.

Aos meus amigos, que tanto me apoiaram nesta fase e estenderam sempre uma mão para que eu nunca ficasse desamparada.

Aos meus orientadores, Professora Doutora Cristina Barroco e Professor Doutor Joaquim Antunes, pela orientação, críticas, apoio e sugestões que sempre contribuíram tanto para o enriquecimento do meu trabalho e de mim enquanto estudante e profissional.

Agradeço a todas as entidades que fizeram parte do meu estudo e que me permitiram realizar entrevistas com as mesmas. Agradeço também à revista Equitação Magazine pelo seu apoio com o meu questionário ao elaborar uma notícia para o mesmo.

A todos, o meu imenso Obrigado!

RESUMO

O turismo equestre registou um crescimento significativo ao longo das últimas duas décadas. Este crescimento deve-se em parte à crescente popularidade dos desportos equestres no mundo desenvolvido e, em parte, à necessidade de diversificar a base de rendimentos da indústria equestre.

Tomljenović et al. (2018) refere, no entanto, que a investigação tanto da oferta como da procura de turismo equestre é ainda rara, fragmentada e incomparável, atrasando a criação de um corpo coerente de conhecimentos e o desenvolvimento de um modelo conceptual que proporcionaria uma abordagem sistemática à conceção de estratégias de desenvolvimento do turismo equestre, orientando o empreendedorismo e as ações a nível de destinos.

O propósito deste trabalho assenta, principalmente, em conhecer o turismo equestre como produto turístico e como forma de turismo em Portugal, desenvolvendo assim o tópico da imagem que Portugal detém enquanto destino de turismo equestre. Pretende-se dar a conhecer o turismo equestre, as suas características, a sua história, como este está representado em território nacional e, também, desenvolver um estudo sobre o perfil do turista equestre atualmente e sobre as suas motivações. A metodologia teve por base uma revisão de literatura prévia e a realização de 4 entrevistas exploratórias a empresas diretamente ligadas à área do turismo equestre. Foram também realizados inquéritos por questionário a turistas que praticam (ou já praticaram) turismo equestre em Portugal, por forma a não só perceber em que patamar se encontra este tipo de turismo atualmente em território nacional, como também poder construir uma base de dados atualizada sobre o turista equestre.

Os resultados permitiram perceber que o turista equestre possui diversos motivos que o levam à prática de atividades equestres em Portugal, entre eles a raça dos cavalos (nomeadamente o Puro-Sangue Lusitano), a qualidade e reputação dos serviços, a qualidade das instalações, dos colaboradores, dos instrutores, a proximidade com os cavalos, a gastronomia, a paisagem e a natureza envolvente, o relaxamento e a fuga à rotina.

Palavras-chave: Turismo Equestre; Perfil do turista; Imagem de destino; Motivações.

ABSTRACT

Equestrian tourism has experienced significant growth over the past two decades. This growth is partly due to the increasing popularity of equestrian sports in the developed world, and partly due to the need to diversify the revenue base of the equestrian industry.

Tomljenović et al. (2018) notes, however, that research on both the supply and demand of equestrian tourism is still rare, fragmented, and unmatched, delaying the creation of a coherent body of knowledge and the development of a conceptual model that would provide a systematic approach to the design of equestrian tourism development strategies, guiding entrepreneurship and actions at the destination level.

The purpose of this work is mainly based on knowing equestrian tourism as a tourism product and as a form of tourism in Portugal, thus developing the topic of the destination image that Portugal holds as a destination for equestrian tourism. We intend to make equestrian tourism known, its characteristics, its history, how it is represented in the national territory and also to develop a study on the profile of the equestrian tourist nowadays and on their motivations through a previous literature review and also through 4 exploratory interviews to some companies directly linked to the area of equestrian tourism, and also questionnaire surveys to tourists who practice (or have practiced) equestrian tourism in Portugal, in order to not only understand at what level we can find this type of tourism currently in national territory, but also to be able to build an updated database on the equestrian tourist.

The qualitative and quantitative methodology used in this study allowed us to realize that the equestrian tourist has several reasons that lead him to practice equestrian tourism activities in Portugal, among them the horses (namely the Lusitano breed), the quality and reputation of the services, the quality of the facilities, the staff, the instructors, the proximity to the horses, the gastronomy, the landscape and the surrounding nature, the relaxation and the escape from routine.

Keywords: Equestrian Tourism; Tourist profile; Destination Image; Motivations.

Índice Geral

ÍNDICE DE TABELAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
1. Introdução	1
1.1. Relevância do tema	1
1.2. Objetivos e questões da investigação.....	2
1.3. Metodologia	3
1.4. Estrutura da investigação	4
2. Enquadramento conceptual.....	7
2.1. O conceito de turismo equestre.....	7
2.2. Características do turismo equestre	11
2.3. A imagem de destino	12
2.4. A motivação	16
2.5. O perfil do turista equestre.....	18
3. O Turismo Equestre em Portugal	21
3.1. A história.....	21
3.2. A imagem de Portugal enquanto destino equestre	24
3.2.1. A oferta nacional	25
3.3. A procura turística	38
3.3.1. O turista equestre	38
3.4. Análise SWOT ao turismo equestre em território nacional	42
4. Metodologia de investigação	46
4.1. Métodos de investigação.....	46

4.2.	A recolha da informação	48
4.2.1.	Método de investigação qualitativo: As entrevistas	49
4.2.2.	Método de investigação quantitativo: O questionário	52
5.	Análise e discussão dos resultados	63
5.1.	Análise dos dados	63
5.1.1.	Análise das Entrevistas	63
5.1.2.	Análise dos questionários	73
5.1.3.	A motivação.....	86
5.1.4.	A imagem de destino	88
5.2.	Análise fatorial das variáveis motivação e imagem de destino	92
6.	Conclusões	105
6.1.	Desafios para a imagem equestre nacional	105
6.2.	Limitações.....	110
6.3.	Linhas de investigação futuras.....	111
	Bibliografia	113
	Anexos.....	120
	ANEXO I – Pedido de entrevista.....	120
	ANEXO II – Guião de entrevista.....	121
	ANEXO III - Inquérito por questionário	122

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Oferta de turismo equestre em Portugal.	28
Tabela 2 - Empreendimentos selecionados para pedido de entrevista.....	49
Tabela 3 - Questão 1 “ <i>Qual (ou quais) a(s) modalidade(s) que pratica ou já praticou?</i> ”	54
Tabela 4 - Questão: Qual a principal razão (ou razões) da escolha deste empreendimento?.....	55
Tabela 5 - Questão: Quais são as suas principais motivações quando faz uma viagem para um destino de turismo equestre.....	56
Tabela 6 - Questão: Quais os atributos de um destino de turismo equestre que valoriza para um eventual retorno a essa mesma região?.....	57
Tabela 7 - Questão: Numa escala de 1 a 5 (1- Nada satisfeito e 5 - Muito satisfeito), selecione o seu nível de satisfação relativamente à sua última experiência de turismo equestre.....	58
Tabela 8 - Questão: Dos atributos referidos, quais os que mais se adequam a Portugal enquanto destino de turismo equestre? (indique numa escala 1 = discordo totalmente; 5 = concordo totalmente).	59
Tabela 9 - Dados sociodemográficos.....	60
Tabela 10 - Excertos de respostas obtidas nas entrevistas.....	65
Tabela 11 - Nível de escolaridade dos inquiridos.....	74
Tabela 12 - Concelho de residência dos inquiridos	75
Tabela 13 - Ocupação profissional dos inquiridos.....	77
Tabela 14 - Cruzamento das variáveis género e tipo de praticante	79
Tabela 15 - Frequência de prática de turismo equestre	81
Tabela 16 - Fator decisivo na experiência equestre	81
Tabela 17 - Meios de aquisição da experiência	82
Tabela 18 - Questão referente aos serviços complementares à experiência equestre	83
Tabela 19 - Principal razão da escolha do empreendimento	86
Tabela 20 - Fatores que motivaram uma viagem a um destino de turismo equestre	87
Tabela 21 - Atributos valorizados num destino de turismo equestre.....	89
Tabela 22 - Nível de satisfação quanto à última experiência equestre	90
Tabela 23 - Fatores que relacionam os atributos mais indicados a Portugal enquanto destino de turismo equestre.....	91
Tabela 24 - Média e desvio-padrão da variável motivação	93

Tabela 25 - Teste KMO - Kaiser-Meyer-Olkin	93
Tabela 26 - Variância total explicada	94
Tabela 27 - Matriz de Componentes Rotacionados	95
Tabela 28 - Média e desvio-padrão	97
Tabela 29 - Teste KMO - Kaiser-Meyer-Olkin	97
Tabela 30 - Variância total explicada	98
Tabela 31 - Matriz de Componentes Rotacionados	99
Tabela 32 - Média e desvio-padrão	100
Tabela 33 - Média e desvio-padrão	101
Tabela 34 - Teste KMO -Kaiser-Meyer-Olkin	102
Tabela 35 - Variância total explicada	102
Tabela 36 - Matriz de Componentes Rotacionados	103

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Tipos de turismo equestre	9
Figura 2 - Modelo da formação da imagem de destino	14
Figura 3 - Distribuição por sexo e nacionalidade dos praticantes de equitação .	40
Figura 4 - Análise do mercado equestre francês.....	41
Figura 5 - Questão número 2 do questionário.	55
Figura 6 - Artigo publicado	61

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Género dos inquiridos	73
Gráfico 2 - Faixa etária dos inquiridos	74
Gráfico 3 - Região dos inquiridos.....	77
Gráfico 4 - Rendimento individual dos inquiridos	78
Gráfico 5 - Tipo de praticante.....	79
Gráfico 6 - Modalidades praticadas pela categoria Ativos	80
Gráfico 7 - Modalidades praticadas pela categoria Ambos	80
Gráfico 8 - Percentagem do fator decisivo Raças.....	82
Gráfico 9 - Região escolhida para a prática do turismo equestre	84
Gráfico 10 - Tipo de empreendimento escolhido	85

1. Introdução

O Turismo Equestre é responsável por enormes benefícios como o crescimento económico das regiões, o combate à sazonalidade e à desertificação das zonas do interior. Um turista que pratica esta modalidade de turismo certamente possui as suas razões ou especificidades na escolha do destino, do local, no tipo de atividade que pretende praticar em função dos seus gostos na prática do turismo equestre que o levam a tomar a decisão final sobre o que praticar e onde praticar.

1.1. Relevância do tema

O turismo equestre retrata todas as atividades turísticas orientadas para os cavalos. O mercado é mais amplo, incluindo o turismo a cavalo (trilhos), mas também o turismo para o cavalo, ou seja, onde este é a principal atração, sendo alguns exemplos: espetáculos, eventos, corridas, etc. (Pickel-Chevalier, 2017).

De acordo com Ollenburg (2005), existem muitas questões de pesquisa do ponto de vista da procura. Que tipos de pessoas adquirem os vários produtos do turismo equestre disponíveis? O que esperam e se estas expectativas são cumpridas? O que esperam pagar pelos serviços? Quantos deles também têm os seus próprios cavalos? Que outras atividades realizam?

Baloglu e McCleary (1999) referem que a revisão da literatura sobre as influências na imagem do destino revelou três grandes determinantes existentes nas visitas ou experiências anteriores: motivações turísticas, sociodemográficas e várias fontes de informação. A este respeito, estas últimas representam variáveis de estímulo, enquanto as motivações sociodemográficas representam as características do consumidor no modelo de percurso proposto. Bigné et al. (2001) completou este raciocínio ao afirmar que a imagem influenciará um turista no processo de escolha de uma estadia, na avaliação subsequente dessa estadia e nas suas intenções futuras. A intenção de regresso e a vontade de recomendar o destino são concebidas como variáveis comportamentais e a qualidade percebida e a satisfação são as variáveis de avaliação.

1. Introdução

Portanto, um turista será influenciado por determinadas características inerentes ao produto turístico e, simultaneamente, pela imagem que este detém no destino a ser visitado. O turismo equestre em Portugal encontra-se numa fase em vias de desenvolvimento e ainda é relativamente pouco estudado em Portugal, e os estudos e dados disponíveis para a caracterização da nacionalidade do cliente são, na sua maioria, estrangeiros (Habitação, 2012).

Magalhães (2015) refere que são muitos os fatores em Portugal que podem promover o desenvolvimento do turismo equestre nacional. A cavalo (turismo a cavalo) ou pelo cavalo (turismo do cavalo), o turismo equestre oferece oportunidades cruciais para a qualificação e diferenciação dos produtos turísticos nacionais e para a dinamização da economia rural, ajudando a fazer face à sazonalidade e às assimetrias do litoral e do interior. Ainda de acordo com Magalhães (2015), as principais motivações no turismo equestre estão relacionadas com o conhecimento e compreensão do hipismo e do mundo equestre, podendo-se apreciar os cavalos lusitanos e a cultura equestre nacional, bem como a vertente lúdica de diversão e relaxamento com amigos.

A relevância deste tema prende-se no facto de ainda existirem poucos estudos que demonstrem a importância e a imagem do turismo equestre em Portugal e igualmente que procurem construir um perfil do turista equestre, o que se torna necessário pois sendo a tradição equestre uma característica tão presente em Portugal, só faz sentido tirar mais proveito de um tipo de turismo que foge ao comum sol e mar.

1.2. Objetivos e questões da investigação

O objetivo geral da presente investigação é estudar a procura no turismo equestre e igualmente a imagem que o turista detém de Portugal.

Sendo o primeiro objetivo investigar a procura no turismo equestre, pretende-se nesta fase da dissertação analisar o perfil do turista equestre, com dados nacionais e estrangeiros, de modo a chegar a uma conclusão sobre quem realmente pratica o turismo equestre em Portugal, ou seja, obter informações quanto ao género, idade, local de residência, principais motivações e objetivos, principais destinos para a prática desta modalidade, principais atributos que consideram relevantes ao escolher

1. Introdução

um determinado destino/entidade para a prática do turismo equestre, entre outros aspetos.

O segundo objetivo será descobrir a imagem que Portugal transmite para os turistas como destino de turismo equestre, de forma a descobrir que aspetos o turista mais valoriza no destino e que atributos possui o mesmo que atraem este público, especificamente para Portugal, para praticarem esta modalidade.

Para esta fase são também aplicadas entrevistas exploratórias a algumas entidades ligadas ao ramo do turismo equestre, sendo esta etapa importante pois não só se pretende ter uma perspetiva da parte dos turistas como também das empresas em território nacional que divulgam o turismo equestre, ou seja, a forma como o exploram, como pensam o produto, como divulgam, como inovam e também a sua perspetiva quanto ao turismo equestre em Portugal.

Como terceiro objetivo, e como complemento ao anterior, pretende-se investigar a variável motivação nos questionários aplicados, de forma a conjugar a imagem de destino que Portugal lhes transmite e o que os motiva a deslocar-se para fora do seu local de residência, para a prática do turismo equestre.

Com estes objetivos, pretende-se, portanto, responder às seguintes questões:

- 1) “Quem é” o turista que pratica o turismo equestre em Portugal?
- 2) Qual a imagem que Portugal detém enquanto destino de turismo equestre?
- 3) Quais as motivações dos turistas ao praticarem esta modalidade em Portugal?

1.3. Metodologia

Como primeira fase nesta dissertação, foi feita toda uma revisão de literatura relacionada com os temas turismo equestre, motivações, perfil do turista, imagem de destino e, posteriormente, complementou-se com uma revisão mais específica alusiva ao turismo equestre em Portugal, onde foram revistos diversos subtemas.

Posteriormente, realizaram-se entrevistas a empresas ligadas ao ramo do turismo equestre, de modo a poder perceber como funciona de facto este tipo de turismo em Portugal (de modo a haver um melhor enquadramento na atividade).

1. Introdução

Foram entrevistadas quatro unidades de turismo equestre, sendo elas a Gerês Equi'Desafios, a Herdade dos Grous, a Vale de Ferreiros e também a Monte Velho EquoResort.

Numa última fase, onde o propósito foi proceder a uma recolha de inquéritos por questionário, foi criado um questionário destinado aos turistas/praticantes equestres, com a finalidade de poder então criar um perfil e perceber, também, os atributos que Portugal possui que os fazem querer praticar esta modalidade nas empresas nacionais.

Foram realizados 116 inquéritos por questionário a turistas nacionais e internacionais que praticaram e assistiram a atividades de turismo equestre em Portugal, que posteriormente foram analisados através do programa IBM SPSS Statistics 26.

1.4. Estrutura da investigação

Esta dissertação tem início com um breve enquadramento do que será investigado ao longo de todo o estudo, começando então com a relevância do tema, com os objetivos da investigação, com a metodologia aplicada no estudo e também com a estrutura da mesma.

Posteriormente, seguem-se cinco capítulos:

1) Enquadramento conceptual

Onde se apresenta toda a revisão de literatura relativa ao turismo equestre numa vertente geral, no mundo, de modo a ter uma introdução mais teórica dos vários temas necessários ao estudo, como a imagem de destino, a motivação e o perfil do turista equestre.

2) O Turismo Equestre em Portugal

Onde se apresenta uma revisão mais específica, alusiva somente a Portugal, de modo a entender como esta modalidade nasceu no país e como se tem vindo a desenvolver nestes últimos anos. Também se pretendeu construir uma imagem do turista equestre.

1. Introdução

3) Metodologia da investigação

Onde foram apresentadas as 2 metodologias utilizadas para suportar (ou refutar) os dados obtidos com a revisão de literatura, sendo estas baseadas em métodos qualitativos (entrevistas exploratórias), de modo a permitir obter um ponto de vista turístico mais ligado aos operadores, ou seja, dos profissionais que trabalham com o turismo equestre, e também em métodos quantitativos (inquérito por questionário), podendo assim obter dados para cumprir o último objetivo delineado para esta dissertação, construir um perfil para o turista equestre.

4) Análise e discussão dos resultados

Onde serão analisadas todas as informações obtidas através das entrevistas exploratórias e dos inquéritos por questionário, através de um resumo e análise das transcrições efetuadas às entrevistas exploratórias e de uma análise às questões aplicadas no inquérito através do programa IBM SPSS 26. Aos inquéritos foram aplicados dois tipos de análise, a análise dos dados através das percentagens obtidas nas questões, média e desvio-padrão e também através da análise fatorial.

5) Conclusões

Onde foram identificadas todas as conclusões, limitações, desafios e sugestões para investigações futuras.

Após este enquadramento, é possível concluir que, ao longo da dissertação, foi possível encontrar um perfil para o turista equestre em Portugal, com todos os dados recolhidos, e com esta análise foi igualmente possível encontrar as diversas razões que levam os mesmos turistas a escolher Portugal como um destino equestre, e que imagem possuem deste mesmo destino.

1. Introdução

2. Enquadramento conceptual

A revisão da literatura tem como principal objetivo especificar e aprofundar os conhecimentos necessários ao desenvolvimento desta dissertação. Procurou-se realizar uma revisão bibliográfica sólida, contínua e reflexiva, considerada ao longo de toda a dissertação como fator essencial na contextualização e justificação dos procedimentos realizados

2.1. O conceito de turismo equestre

A indústria de hoje em dia ligada ao cavalo é um produto de vários fatores institucionais, históricos e económico-ambientais (Liljenstolpe, 2009).

De acordo com Ollenburg (2005), historicamente, os cavalos sempre foram considerados uma componente essencial nos sistemas de transporte humano em todo o mundo, fosse este pessoal, comercial ou militar. Em alguns países ainda servem o mesmo propósito, pelo menos nas zonas rurais, como por exemplo na Austrália onde são utilizados para reunir o gado. No entanto, a maioria dos cavalos nas nações ocidentais desenvolvidas são atualmente mantidos para uso recreativo. Como em muitas outras formas de recreação ao ar livre, a equitação tem sido incorporada numa variedade de produtos de turismo por todo o mundo. Existe agora uma indústria especializada em turismo equestre da mesma forma que existem indústrias especializadas em ski, surf e turismo de mergulho.

Danby e Grajfoner (2020) defendem que os cavalos são uma das espécies mais versáteis integradas na sociedade humana. Durante séculos foram um objeto de arte e um meio de transporte de valor inestimável. Têm sido descritos como um dos mais fortes e graciosos animais domésticos.

O seu papel como animais de companhia e de quinta expandiu-se e a sociedade sempre lhes atribui um papel no desporto e como animais de trabalho, na terapia assistida por cavalos e como apoio policial e militar.

2. Enquadramento Conceptual

Esta versatilidade é a principal razão pela qual têm sido integrados com sucesso nas atividades de lazer e turismo.

De acordo com Lopes (2014), o turismo equestre surgiu na França, no ano de 1985, e tinha como objetivos:

- i) desenvolver o ensino do cavalo;
- ii) dar autonomia aos participantes;
- iii) promover a segurança nos passeios a cavalo.

Lopes (2014) afirma que nos dias de hoje, o turismo equestre é visto de uma forma diferente. Em muitos países é reconhecido como um forte segmento de mercado dentro de atividades de turismo e lazer. Em Portugal, é uma atividade relevante para a qualificação da oferta turística, nomeadamente,

- i) pela heterogeneidade das atividades de animação turística;
- ii) pela atenuação da sazonalidade;
- iii) pelo contributo na dinamização das atividades económicas regionais.

De acordo com Habitação (2012), o turismo equestre é definido pela atividade turística que utiliza o cavalo como principal fator de atração turística. Segundo Ioana et al. (2014), o significado do turismo equestre, anteriormente ligado à equitação em trilhos ou viagens a cavalo, alargou-se hoje também para incluir todas as atividades equestres realizadas por turistas fora do seu local normal de residência, ou seja, cursos de treino, cursos de aperfeiçoamento e outros aspetos ou diversos tipos de atividades turísticas que giram principalmente em torno do cavalo.

Pickel-Chevalier (2015) refere que o turismo equestre retrata todas as atividades turísticas orientadas para os cavalos. O mercado é mais diversificado, incluindo o turismo a cavalo (trilhos), mas também o turismo para o cavalo, onde este é a principal atração, sendo alguns exemplos: espetáculos, eventos, corridas.

De acordo com Ollenburg (2005), também podemos definir o turismo equestre como o produto que varia desde corridas e espetáculos onde o turista é passivo até à recreação ativa onde o turista é cavaleiro, viajando a cavalo em passeios mais longos ou mais curtos, podendo ser urbano ou rural, aventureiro ou sedentário.

2. Enquadramento Conceptual

O turismo equestre é uma forma moderna de turismo recreativo e terapêutico praticado por diferentes tipos de turistas que procuram aventura ou atividades ao ar livre (Petroman, 2015).

Deloitte (2015) resume então o Turismo Equestre como resultado de diversos subprodutos, entre eles o Touring Cultural e Paisagístico e o Turismo de Natureza, e igualmente do reconhecimento atribuído ao Turismo Rural. O turismo equestre oferece uma panóplia de serviços, entre eles os passeios a cavalo ou de charrete, itinerários de um dia, vários dias, ou até semanas. Incluem-se também a participação em atividades de exploração agrícola, onde o serviço oferecido cinge em experiências relacionadas com as lides do campo e a rotina diária numa coudelaria; podem igualmente prestar assistência em eventos equestres, provas desportivas, feiras ou até realizar estágios (Magalhães, 2015). De acordo com o analisado até aqui, pode dizer-se que existem dois tipos de turismo equestre, o turismo a cavalo e o turismo do cavalo (como se pode observar na figura 1):



Figura 1 - Tipos de turismo equestre

Fonte - Habitação (2012).

2. Enquadramento Conceptual

O turismo equestre, subdividido no Turismo a Cavallo e no Turismo do Cavallo, é definido por uma procura turística caracterizada pelo turista com algum poder económico, que aprecia a natureza e a ruralidade, particularmente interessado no equino, e será sempre um negócio com grande amplitude para se tornar lucrativo caso haja investimento para que seja possível o seu desenvolvimento (Joaquim, 2018).

De acordo com Lopes (2014), o turismo do cavalo é aquele no qual a principal motivação se fixa no enriquecimento do conhecimento, por parte dos visitantes, sobre a temática equestre, onde para tal assistem e participam em diversas provas e eventos como feiras, visitas a coudelarias, espetáculos, entre outros. Reflete atividades mais interativas com o cavalo, em que o participante tem a oportunidade de realizar itinerários, passeios, aulas de equitação e percursos.

O turismo equestre destina-se a satisfazer uma variedade de necessidades e a realizar muitas atividades organizadas tanto no Verão como no Inverno, tais como a equitação, passeios de charrete ou até mesmo aulas de treino. Outro motivo que atrai os turistas é a localização dos complexos equestres. Os turistas vêm pela recreação e pelo descanso, para praticar diversas atividades equestres, pela procura de atividades de lazer, ou mesmo para tratamento terapêutico, ou seja, através da equitação terapêutica (Romania et al., 2017).

De acordo com Avcikurt et al. (2016) o turismo equestre está incluído nas opções de turismo alternativo, pela sua flexibilidade que permite criar um espaço para si próprio nas áreas sustentáveis do turismo de massas. Uma abordagem conceptual holística exigiria o reconhecimento de pelo menos três perspetivas diferentes - a dos turistas motivados pela equitação e todas as outras atividades relacionadas com cavalos; a das empresas equestres que oferecem experiências, produtos e serviços aos turistas e a dos destinos que procuram desenvolver e promover produtos relacionados com cavalos (Tomljenović et al., 2018).

2. Enquadramento Conceptual

2.2. Características do turismo equestre

De acordo com Liljenstolpe (2009), a equitação ligada ao lazer ou ao desporto atrai pessoas de todas as idades, podendo ser realizada quer seja jovem ou idoso, ou mesmo que possua incapacidades físicas e/ou psicológicas, tendo os mesmos pré-requisitos tanto para homens como para mulheres. Isto torna a prática de equitação única enquanto uma prática desportiva. Petroman (2015) acrescentou à definição que o turismo equestre tem os seus próprios produtos turísticos: alojamento na quinta, conferências, cursos, aulas de equitação, espetáculos, passeios de charrete, passeios na natureza ao longo de itinerários de diferentes distâncias/durações e graus de dificuldade, acampamentos e campos de férias dedicados ao mundo equestre.

Uma forma de haver a promoção de práticas de lazer inovadoras é tornar exequível a realização e a interação com as atividades equestres sem haver a obrigação de sustentar os custos de comprar um cavalo e suportar as despesas a ele agregadas (Santos & Cunha, 2008).

De acordo com Joaquim (2018), são alguns os fatores que promovem o turismo equestre:

- Não sofre com a sazonalidade, sendo que pode ser praticado ao longo de todo o ano em diversos espaços, abertos (ao ar livre) ou fechados, conseguindo assim conciliar a prática do desporto com o usufruto da natureza;
- Os percursos realizados podem ter diversas durações, desde curtas a mais longas, não sendo necessário haver uma preparação prévia desde que as instruções do guia sejam tidas em consideração;
- O número de clientes potenciais é cada vez mais crescente;
- Com as novas tendências em turismo e com o desejo de haver uma aproximação com a natureza e a cultura, o turismo equestre pode ser uma potencial resposta a esta procura, ao aproximar a experiência ambiental, ecológica e de natureza da experiência desportiva.

Com esta adaptação, pode igualmente ser introduzido em diversos pacotes turísticos.

2. Enquadramento Conceptual

Santos e Cunha (2008) identificaram que os turistas desta nova geração procuram a autenticidade e originalidade dos lugares que visitam, pretendem o regresso à natureza, procuram férias mais temáticas ou ativas. A oferta neste tipo de turismo engloba diversos serviços com as suas especificidades, desde atividades breves e excepcionais, até atividades de percursos em espaços e durações diversas, e até mesmo serviços especializados onde o propósito é oferecer um espaço onde os praticantes, que carecem de disponibilidade e espaço para albergar os seus animais, possam então encontrar essas componentes, e onde os cuidados aos mesmos são prestados pela entidade.

Helgadóttir e Sigurðardóttir (2008) complementaram esta ideia ao afirmar que a maioria das empresas de turismo equestre são bastante pequenas, o que potencia o contacto entre os proprietários/operadores com os seus hóspedes. Isto foi considerado como um importante fator de qualidade, ou seja, o anfitrião interagir diretamente com os hóspedes tal e qual como se fosse considerado o seu ‘guia turístico’.

2.3. A imagem de destino

Currie (2020) defende que é essencial que os destinos compreendam e consigam gerir as perceções que afetam a sua imagem, sendo que entender a importância da imagem e a perceção dos turistas é crucial para que haja uma evolução no turismo. A imagem de um destino resulta de um complexo plurifacetado de fatores que influenciam a conceção da imagem que o turista fará quanto a esse mesmo destino.

Uma imagem pode ser definida como a soma de crenças, ideias e impressões que uma pessoa tem de um destino (Crompton, 1979) e é frequentemente descrita como simplesmente "impressões de um lugar" ou "perceções de uma área" (Echtner & Ritchie, 1991). Jenkins (1999) afirma que as imagens de destino influenciam a tomada de decisões de um turista aquando da escolha de uma viagem, o seu conhecimento e comportamento no destino, bem como os níveis de satisfação e a recordação da experiência.

Ainda de acordo com este autor, a imagem é um termo que já foi utilizado de forma diferente num grande número de contextos e disciplinas, criando assim

2. Enquadramento Conceptual

significados diferentes. Na psicologia, a "imagem" tende a referir-se a uma representação visual, enquanto que na geografia comportamental o conceito de "imagem" é mais holístico e inclui todas as impressões, conhecimentos, emoções, valores e crenças associados.

As definições de marketing, contudo, apontam para os atributos que subjazem à imagem e relacionam a imagem com o comportamento do consumidor.

Echtner e Ritchie (1991) defendem que o processo de formação da imagem de destino destaca dois pontos importantes. Primeiro, sugere que os indivíduos podem ter uma imagem de um destino mesmo que nunca o tenham visitado ou até mesmo expostos a formas mais comerciais de informação. Ao conceber estratégias de marketing, seria útil medir estas imagens de base, sendo que desta forma os vários pontos fortes, pontos fracos, precisões e imprecisões da imagem de destino existente poderiam ser abordados de forma mais eficaz na conceção da estratégia promocional. Em segundo lugar, uma vez que há mudanças na imagem de destino antes e depois da visita, é desejável separar as imagens dos indivíduos que visitaram e dos que não visitaram. Isto pode ser conseguido ao medir a imagem, quer controlando ou monitorizando os indivíduos que visitaram o destino.

Beerli e Martin (2004) desenvolveram o modelo da figura 2, de uma forma que diferencia os turistas de primeira viagem e turistas de segunda viagem por várias razões. Primeiro, podem existir certas diferenças entre a imagem percebida por cada grupo de indivíduos que têm um efeito sobre os resultados. Segundo, a relação entre as fontes de informação secundárias e a imagem percebida só pode ser analisada no caso dos primeiros turistas, uma vez que os turistas reincidentes poderiam ter dificuldade em recordar as fontes de informação utilizadas antes de visitarem o local pela primeira vez. Terceiro, pode haver diferenças entre os dois grupos em termos do seu nível de conhecimento do destino e das suas motivações, dependendo de terem ou não visitado previamente o local, ainda de acordo com Beerli e Martin (2004).

2. Enquadramento Conceptual

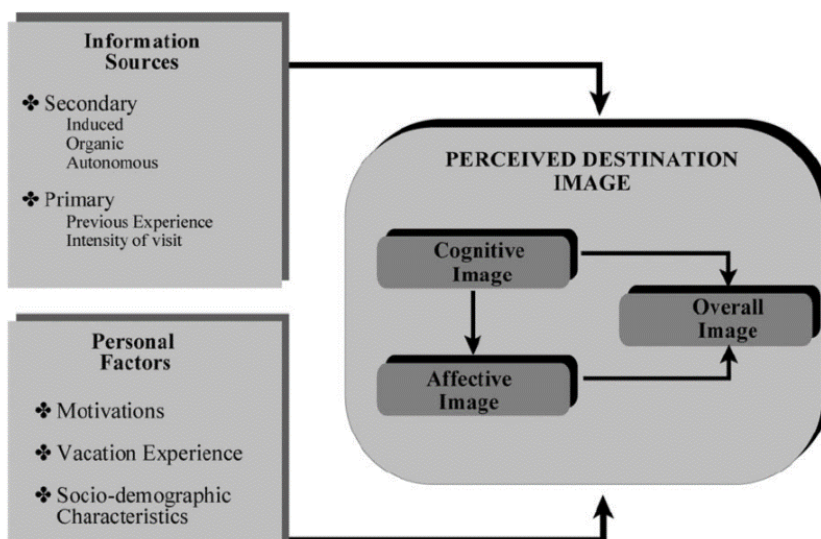


Figura 2 - Modelo da formação da imagem de destino

Fonte – Beerli & Martín (2004)

Baloglu e McCleary (1999) referem que a imagem tem demonstrado ser uma influência importante na seleção de destinos de férias. A revisão da literatura sobre as influências na imagem do destino revelou três grandes determinantes existentes na ausência de visitas reais ou experiências anteriores: motivações turísticas, sociodemográficas e várias fontes de informação. A este respeito, estas últimas representam variáveis de estímulo, enquanto as motivações e sociodemográficas representam as características do consumidor no modelo de percurso proposto.

O papel da imagem do destino, tanto em termos de compreensão do comportamento na viagem como na conceção de estratégias eficazes de marketing turístico, sublinha a necessidade de desenvolver metodologias para medir este conceito de forma abrangente e precisa (Echtner & Ritchie, 1991).

Bigné et al. (2001) identificaram a influência da imagem do destino no comportamento dos consumidores. A imagem do turismo exerce também alguma influência na qualidade percebida pelos turistas e na satisfação obtida com a experiência de férias. Portanto, a imagem influenciará um turista no processo de escolha de uma estadia, na avaliação subsequente dessa estadia e nas suas intenções futuras.

2. Enquadramento Conceptual

A intenção de regresso e a vontade de recomendar o destino são concebidas como variáveis comportamentais e a qualidade percebida e a satisfação são as variáveis de avaliação.

De acordo com Beerli e Martín (2004), um dos fatores relacionados com a experiência pessoal é a intensidade da visita, ou por outras palavras, a extensão da interação de um indivíduo com o local. Embora ainda não tenha sido descoberto nenhum trabalho de investigação sobre o efeito da intensidade da visita na imagem, parece apenas lógico assumir que esta varia de acordo com as experiências dos turistas: estes podem estar expostos a diferentes dimensões do destino através do desenvolvimento de contactos e relações; quando o local é visitado, adotam diferentes padrões de comportamento relacionados com a intensidade da interação com o destino; por exemplo, alguns podem dedicar tempo a explorar em profundidade as várias atrações oferecidas, enquanto outros podem preferir passar o seu tempo a relaxar e a participar em menor escala nas atividades de lazer disponíveis.

A imagem de destino não só influencia o processo de tomada de decisão, como também as condições de comportamento dos turistas após a tomada de decisão. Assim, os esforços para construir ou melhorar a imagem de um destino facilitam aos visitantes a revisão ou recomendação do mesmo, sendo assim críticos para o sucesso do desenvolvimento do turismo (Chen & Tsai, 2007).

Andrade (2013) afirma que os estudos têm demonstrado que a imagem de Portugal está muito aquém do ideal. A imagem transmitida assenta na tradição, e é possível observar que ainda existem lacunas a serem preenchidas no turismo e na indústria. São muito poucos os estudos que analisam a imagem dos destinos equestres, contudo, no estudo de Tomljenović et al. (2018), este complementa esta observação ao afirmar que o apelo ao destino é feito de paisagens atrativas, rede de trilhos bem sinalizados e geridos, e disponibilidade de informação, eventos relacionados com cavalos e variedade de serviços para usufruir. Daniel (2010) refere que é pertinente diversificar a oferta de produtos de modo a resistir à extrema dependência do turismo "sol e mar", por um lado, e harmonizar a utilização do espaço territorial português, por outro.

2. Enquadramento Conceptual

2.4. A motivação

A motivação e a satisfação são dois conceitos amplamente estudados na literatura turística, cuja relevância tem a ver com o facto de serem intrinsecamente ligadas ao comportamento turístico (Devesa, Laguna, & Palacios, 2009).

A motivação de um indivíduo para realizar uma determinada atividade é uma função da expectativa de que ele ou ela será capaz de realizar a atividade e obter os resultados desejados, e o valor pessoal de todos os resultados associados a essa atividade. Portanto, é possível influenciar a motivação através da manipulação de pistas que definem a expectativa de um indivíduo relativamente às consequências da sua ação e/ou o valor de incentivo das consequências produzidas pela ação (Hsu et al., 2010).

Podemos definir a motivação como o processo no qual uma pessoa demonstra certos comportamentos devido a um estímulo que criou uma necessidade no indivíduo, que irá tentar satisfazer a mesma (Andrade, 2013). Segundo Sabbag (2004), assumindo este princípio, podemos então definir a motivação como algo intrínseco que estimula o indivíduo, através do impulso, à ação. Ou seja, o que causa a repetição de uma determinada atitude numa pessoa, como uma nova viagem a um mesmo destino, é o quão satisfeita esta ficou na sua primeira experiência. Quando a motivação se encontra preenchida, surgem novas necessidades na pessoa.

Fodness (1994) refere que a teoria da motivação básica descreve um processo dinâmico de fatores psicológicos internos (necessidades, desejos e objetivos) que geram um nível desconfortável de tensão na mente e no corpo dos indivíduos. Estas necessidades internas e a tensão resultante levam a ações destinadas a libertar a tensão, que assim satisfazem as necessidades. As motivações para viajar compreendem fatores *push*, e as características ou atributos desejáveis de atração do destino exercem forças *pull*. Uma pessoa pode ficar motivada a viajar sempre que ele/ela, perceber que a rotina não está a satisfazer certas necessidades (Gartner, 1994).

2. Enquadramento Conceptual

Šimková e Holzner (2014) referem que o turismo é a prática de viajar por prazer, educação ou negócios. O turismo é também sobre a personalidade, atitudes, valores e estilo de vida do turista. Incorpora novas experiências, conhecer pessoas, lugares, tradições, culturas. Crompton (1979b) complementou ao afirmar que a maior parte das discussões sobre a motivação turística tendem a girar em torno dos conceitos de *push* e *pull*. Os fatores “push” para umas férias são motivos sócio-psicológicos. Os fatores “pull” são motivos suscitados pelo destino em vez de emergir exclusivamente do interior do próprio viajante. A relação entre motivação e satisfação foi demonstrada na literatura de turismo, onde se verificou que as pessoas que viajam para um determinado destino podem ter motivos muito diferentes para essa viagem (Devesa et al., 2010).

De acordo com Sabbag (2004), da mesma forma que existem indivíduos que fazem usufruto do turismo como forma de escapar à rotina, existem também indivíduos que escolhem o turismo como forma de experimentar algo inovador e desafiante. A motivação impulsiona uma pessoa a agir através do estímulo e também por fatores externos, como o incentivo que o meio ambiente providencia. Portanto, um turista pode despertar a sua vontade de viajar através de um desejo ou necessidade intrínseco.

Os turistas desta nova geração procuram a autenticidade e originalidade dos lugares que visitam, pretendem o regresso à natureza, procuram férias mais temáticas ou ativas. A característica básica da nova geração é a necessidade de existir uma ligação permanente com aqueles que os rodeiam; são mais educados, impacientes e dão mais valor ao trabalho de equipa (Andreiana et al., 2017).

No caso do turismo equestre, o autor Habitação (2012) refere que, sendo a principal motivação da viagem o equino, podemos dividir o posicionamento do turismo equestre em 2 grupos:

- O segmento turístico, caso o cavalo seja a principal motivação para a compra do serviço;
- Uma complementaridade aos serviços turísticos já existentes.

2. Enquadramento Conceptual

Além disso, France (2011) afirma que o turismo equestre inclui o turismo onde a motivação principal é o cavalo – desde os trilhos que se podem prolongar ao longo de vários dias, até à viagem motivada pelo facto de assistir a um espetáculo ou evento equestre especial - mas também secundário, ou seja, complementar - equitação ao ar livre ou ir a um evento ou espetáculo, como uma das muitas atividades realizadas durante as férias.

Segundo Pickel-Chevalier (2015), após aplicado um inquérito, realizado em 2004 pela Comissão Nacional de Turismo Equestre, e aplicado a cerca de 1080 cavaleiros, onde foram questionados sobre os seus perfis, atividades e motivações no turismo equestre, os fatores que influenciam as decisões de compra são os seguintes:

- O contacto com o cavalo e o acolhimento prestado pelo centro hípico (os dois critérios foram escolhidos por mais de 80% dos cavaleiros inquiridos);
- Relaxamento (escolhido por 75% dos cavaleiros inquiridos);
- A reputação do centro (escolhido por 60% dos cavaleiros inquiridos);
- O desejo de se afastar de tudo (escolhido por 57% dos cavaleiros inquiridos);
- A beleza do local aparece apenas em quinto lugar, escolhido por apenas pouco mais da metade dos cavaleiros inquiridos (55%).

Como Magalhães (2015) refere, as principais motivações no turismo equestre estão relacionadas com o conhecimento e compreensão do hipismo e do mundo equestre, podendo-se apreciar os cavalos lusitanos e a cultura equestre nacional, bem como a vertente lúdica de diversão e relaxamento com amigos.

2.5. O perfil do turista equestre

De acordo com Figueiredo (2015), o viajante é o indivíduo que se desloca entre dois ou mais locais distintos, independentemente do motivo principal e da duração da viagem. Este termo pode ser dividido em três classes diferentes, sendo elas turistas, excursionistas e visitantes.

2. Enquadramento Conceptual

- Turistas – são as pessoas que se deslocam para um determinado local (diferente do da sua residência) permanecendo por mais de 24 horas e que pernoitam pelo menos por uma noite, sendo motivados por férias, saúde, desporto, negócio, família, reuniões, etc.;
- Excursionistas – são as pessoas que se deslocam para outros locais, mas que permanecem menos de 24 horas, não pernoitando nesse mesmo local;
- Visitantes – são as pessoas que viajam para outros locais por um período inferior a 12 meses, cujo motivo é outro que não profissional.

A procura turística é um fator a ser considerado quando falamos no turismo, pois é o turista quem determinará os produtos e as atividades chave, que são essencialmente a origem do turismo numa região. Ou seja, o próprio turista faz parte do processo da origem do turismo (Pimpão, 2008).

Ao longo dos anos têm sido realizados alguns estudos que pretendem identificar o perfil do turista que visita Portugal, e de acordo com Gomes (2017), no final das suas férias, a grande maioria dos turistas que visitam Portugal está satisfeita. 99% expressam que a sua visita excedeu ou cumpriu as suas expectativas e 94% indicam que regressarão nos próximos 3 anos. O segmento brasileiro é o mais satisfeito nas viagens a Portugal, mas o segmento britânico é o que tem mais desejo de regressar, sendo também o que valoriza a componente clima/paisagem acima do resto (49%). O custo da viagem é a componente mais essencial na decisão dos turistas espanhóis e franceses (49%), enquanto que os turistas brasileiros valorizam mais os conselhos de familiares ou amigos (55%).

Num estudo desenvolvido em 2015 por Magalhães, foi possível constatar que os turistas equestres valorizam diversos fatores, no entanto, são destacados os cavalos portugueses, as tradições equestres nacionais, a segurança nacional, a qualidade dos equipamentos e infraestruturas, a hospitalidade reconhecida do povo português, os cavaleiros nacionais, mestres reconhecidos a nível nacional e internacional e a oferta de eventos desportivos.

2. Enquadramento Conceptual

3. O Turismo Equestre em Portugal

Neste capítulo será apresentada uma revisão de literatura mais específica ao turismo equestre em Portugal, onde não só é pretendido dar a conhecer mais sobre este produto turístico em território nacional, nomeadamente a sua história, a oferta e os seus pontos fortes e fracos, mas também é pretendido criar uma base sobre a procura turística (o perfil do turista).

3.1. A história

Os cavalos têm desempenhado durante séculos um papel funcional importante nas sociedades rurais (Sigurðardóttir & Steinthorsson, 2018). Könyves e Suta (2009) escreveram que o turismo equestre nasceu do entusiasmo para com os cavalos; existem fortes tradições ligadas aos equinos e à cultura. O mundo da criação de raças de cavalos dedica-se agora à criação de cavalos de competição e provas. No passado eram várias as raças que possuíam funções agrícolas nas regiões montanhosas que hoje em dia são utilizadas no turismo equestre, onde as pessoas conseguem encontrar uma forma para fugir ao meio stressante em que residem e conseguem reaver um estilo de vida mais saudável e perto do meio rural. Para atender a estas necessidades, surgiram as escolas/centros de turismo equestre (Lopes, 2014). Ollenburg (2005) refere que a equitação recreativa tem uma longa história e tem evoluído e criado um número considerável de modalidades de equitação distintas e reconhecidas. Estas incluem, por exemplo, o dressage¹, provas de saltos, eventos de três dias, cross-country, volteio, pólo, os *pony clubs*, carroças, corridas, equitação ocidental, enduro equestre, caça e terapia equestre.

¹ De acordo com a Federação Equestre Portuguesa, *Dressage* ou Ensino é uma modalidade que consiste na apresentação em concurso do cavalo em andamentos perfeitos e em perfeito estado de obediência e cooperação com o cavaleiro.

3. O Turismo Equestre em Portugal

A maioria destas modalidades são realizadas de forma competitiva, e muitas vezes também como desportos com espectadores. Os turistas podem viajar para assistir a tais eventos, mas isso está para além do âmbito desta contribuição, que considera apenas o turismo equestre participativo.

Lopes (2014) indica que a nível nacional, em Portugal, o cavalo sempre ocupou uma posição importante, e ao longo da história, este influenciou positivamente na economia, na sociedade e até mesmo na cultura. Desde o período quaternário que o mesmo sempre serviu como um “motor” de trabalho, de transporte e de alimentação. Como reflexo desta ligação com o cavalo, Portugal acabou por nutrir uma forte ligação ao mundo equestre, sendo que ao longo do tempo foram três as espécies autóctones que foram sendo preservadas: o Lusitano, o Sorraia e o Garrano. Cavaco (2005) afirma que as atividades equestres constituem um grande apoio para haver uma maior resposta a uma procura turística crescente, pois criam postos de trabalho, permitem que haja uma maior valorização e diversificação no turismo rural, e concebem centros de atratividade e satisfação nos territórios rurais.

O turismo equestre começou a ganhar uma grande importância em Portugal, e segundo Cavaco (2005), em 1927 nasce a Federação Equestre Portuguesa (FEP), obtendo o reconhecimento como entidade pública desportiva em 1977. Esta retrata todo o desporto equestre no país e é composta por múltiplas associações e clubes, sendo membro da Federação Equestre Internacional (FEI) e do Comité Olímpico de Portugal. Com a missão de organizar, orientar e promover o desporto equestre em Portugal, a FEP empenha-se em aumentar a visibilidade mediática do desporto equestre a nível nacional, incluindo Portugal nos grandes torneios internacionais da modalidade, e igualmente melhorar o desempenho das seleções nacionais em todas as competições equestres na Europa, mundiais e nos jogos olímpicos, garantindo assim uma qualificação sistemática e participações competitivas

Magalhães (2015) complementou a sequência histórica com o surgimento da Associação Nacional de Turismo Equestre (ANTE), em setembro de 1996, fruto de um período em que os jovens desenvolveram um gosto pelo desporto equestre e igualmente onde ocorreu a inauguração de vários centros hípicas.

3. O Turismo Equestre em Portugal

Esta associação tem como principal propósito a divulgação do turismo equestre e rural, captando assim a atenção de diversos praticantes, e aderentes da mesma, de várias regiões de Portugal. Habitação (2012) indica que o cavalo representa a essência do turismo equestre (vinculado ao alojamento, refeições e atividades complementares), desde o usufruto das raças nacionais à sua observação na natureza e em estado selvagem, ou puramente pela curiosidade de enriquecer o conhecimento sobre este animal e como se deve tratar e até mesmo montar. Lopes (2014) complementou a ideia ao afirmar que a raça Lusitano, aliada ao clima, paisagem, qualificação da oferta, qualidade e segurança das infraestruturas, são fatores que fazem de Portugal um excelente destino para o turismo equestre.

Magalhães (2015) refere que são muitos os fatores em Portugal que podem promover o desenvolvimento do turismo equestre nacional. A cavalo (turismo a cavalo) ou pelo cavalo (turismo do cavalo), o turismo equestre oferece oportunidades cruciais para a qualificação e diferenciação dos produtos turísticos nacionais e para a dinamização da economia rural, ajudando a fazer face à sazonalidade e às assimetrias do litoral e do interior. Lopes (2014) afirmou que nos últimos anos, a indústria do turismo equestre teve um grande crescimento: devido aos custos envolvidos, foi incluída na categoria de turismo de natureza e está designada a uma classe mais alta. Possuir cavalos, animais de grande porte, requer cuidados especiais, e a oferta na área depende do tipo de serviço e cliente final.

De acordo com Lourenço (2007), podemos dividir o sector equestre português em 3 categorias:

- a) Desporto e Lazer – Centros hípicas, atividades *indoor e outdoor*, *raides* a cavalo e roteiros equestres;
- b) Equitação e Saúde – Centros equestres, Alta Escola/Galas Equestres, serviços de apoio e hipoterapia²;

² A equitação terapêutica é um método terapêutico que utiliza o cavalo numa perspetiva interdisciplinar nas áreas da equitação, da saúde e da educação, proporcionando o desenvolvimento global do indivíduo portador de deficiência (Dâmaso, 2013).

3. O Turismo Equestre em Portugal

- c) Eventos – Etnografia (festivais, romarias e museologia), atividades tauromáquicas e encontros técnicos.

De acordo com Moneris (2018), foram delineados os seguintes objetivos para o Plano Estratégico para o Turismo Equestre de Portugal:

- Criar um plano de "go to market" para os agentes económicos;
- Criar práticas comerciais internacionais fortes;
- Apoiar os agentes económicos na promoção das suas atividades a nível mundial;
- Promoção do turismo equestre português à escala internacional.

Centrado no setor equestre, o turismo equestre é um subproduto significativo do Turismo de Natureza no Alentejo e Ribatejo. Efetivamente, este tipo de turismo contribui para a qualificação da oferta turística em termos de diversificação do entretenimento e fruição do território, reduzindo a sazonalidade e dinamizando as economias regionais (Deloitte, 2015).

3.2. A imagem de Portugal enquanto destino equestre

A criação de uma imagem de destino turístico equestre encontra-se associada ao turismo do cavalo, onde se constrói uma imagem de destino equestre sólido e que atrai turistas, não só pela envolvente, mas também pela existência de uma cultura (património, história, gastronomia) própria e que é tão rica e diversificada no nosso país (Publituris, 2008).

Gonçalves (2014) refere que o clima, os espaços naturais, a proximidade dos principais mercados emissores, a oferta hoteleira, a segurança, as ofertas complementares (gastronomia, praias, touradas), as infraestruturas (acessibilidade), as tradições históricas e culturais, e a criação de cavalos valorizados e reconhecidos mundialmente, como o Puro-Sangue Lusitano e o Sorraia, são apenas algumas das vantagens de Portugal como destino de turismo equestre.

3. O Turismo Equestre em Portugal

O Puro Sangue Lusitano permanecerá sempre um cavalo por excelência para a Arte Equestre e a Arte Tauromáquica, mas continuará a surpreender pela sua capacidade natural em provas de obstáculos, em treino e atrelagem de competição, para além de ser um cavalo que partilha o maior prazer de montar (Lopes, 2014).

Publituris (2008) destacou que dadas as condições únicas de Portugal em geral, e do Alentejo em particular, é possível um compromisso firme com o turismo equestre. Para além de contribuir para a economia, o turismo equestre pode criar uma relação entre as pessoas e os cavalos, permitindo-lhes montar ou contemplar o cavalo. Tendo em conta as origens portuguesas do puro-sangue Lusitano e a sua aclamação mundial, o país apresenta também uma bela paisagem, um clima mediterrâneo, gastronomia e infraestruturas aéreas, rodoviárias e turísticas acessíveis, tornando possível que Portugal se torne um dos melhores destinos mundiais para este tipo de turismo.

Foi também publicado pela revista Vida Económica (2016) que o turismo equestre é uma componente significativa da oferta Turística Cultural e Paisagística, bem como do turismo de natureza sendo também uma componente de valorização para o turismo rural. O clima ameno (que permite andar a cavalo em alturas do ano em que é difícil noutras partes da Europa), a paisagem e o relevo, a população acolhedora, os recursos humanos qualificados e a segurança fazem de Portugal um destino desejável para todos os apaixonados pelo turismo equestre.

3.2.1. A oferta nacional

O turismo equestre, como um tipo de turismo alternativo, cria um efeito construtivo na promoção da cultura, costumes e tradições locais. Assim, ao aumentar o dinamismo da população local, afeta positivamente a continuidade da cultura local na região (Avcikurt, et al., 2016).

De acordo com Santos e Cunha (2008), Portugal apresenta um conjunto de características que geram o desenvolvimento da indústria do turismo equestre em Portugal, e que promovem a oportunidade e a diferenciação das qualificações turísticas do país, elevando assim a economia regional.

3. O Turismo Equestre em Portugal

A oferta neste tipo de turismo engloba diversos serviços com as suas especificidades, desde atividades breves e excecionais, até atividades de percursos em espaços e durações diversas, e até mesmo serviços especializados onde o propósito é oferecer um espaço onde os praticantes, que carecem de disponibilidade e espaço para albergar os seus animais, possam então encontrar essas componentes, e onde os cuidados aos mesmos são prestados pela entidade.

Num estudo desenvolvido por Deloitte (2015), o turismo equestre deve ser estruturado para complementar outros produtos turísticos nas regiões onde está localizado, tais como o turismo de natureza, turismo cultural e paisagístico, gastronomia e vinhos, e turismo rural, bem como outros produtos mencionados no documento estratégico 2020 da Entidade Regional de Turismo do Alentejo e do Ribatejo. Deve também incluir recursos turísticos relacionados com o cavalo na sua oferta, associados à cultura e tradição portuguesas. Para reforçar esta ideia, veio a Estratégia 2027 (Cabral, 2017) apresentar iniciativas de estruturação de produtos ajustados a diferentes segmentos da procura (em que se incluem, produtos específicos, designadamente, para famílias, séniores/ *smart age*, jovens, surf, o turismo equestre, turismo militar).

A tabela 1 abaixo apresenta os principais estabelecimentos equestres portugueses ligados ao turismo equestre, sendo estes os que se encontravam divulgados com website, ou, pelo menos, que foram possíveis de encontrar através do motor de pesquisa Google. Foi feita uma procura extensiva com o propósito de perceber qual a oferta que estamos a divulgar em Portugal, se é muito homogénea ou se de facto é heterogénea e diversa pelo país fora, sendo que os critérios a ter em atenção para esta seleção foram o destaque dos empreendimentos que concentram a sua oferta no turismo equestre e também os empreendimentos que, embora promovam outros tipos de turismo, promovem igualmente o turismo equestre.

3. O Turismo Equestre em Portugal

De uma forma mais clara e concisa, as empresas mencionadas na tabela 1 são todos os empreendimentos que surgiram na pesquisa ao procurar por turismo equestre, e que, de alguma maneira, mencionam este tipo de turismo nas suas páginas WEB ou redes sociais. Desta forma, foi possível reduzir a amostra para o tipo de empreendimentos nos quais se pretende ter foco, os de turismo equestre, e assim poder criar uma divisão mais facilitada entre os empreendimentos focados na vertente desportiva e os empreendimentos que promovem o turismo equestre. Assim sendo, apresentam-se abaixo os resultados obtidos:

3. O Turismo Equestre em Portugal

Tabela 1 - Oferta de turismo equestre em Portugal.

Nome da entidade/empresa	Tipologia	Localização	Serviços prestados de Turismo Equestre	Página Web e Redes Sociais		Línguas disponíveis na Página Web
Centro Equestre Vale do Lima (Horseback)	Turismo Equestre	Viana do Castelo	Aulas de equitação; Passeios a cavalo; Passeios de charrete.	https://www.centroequestrevaldolima.com/pt/horseback	Facebook.	Português e Inglês
Ecotura	Turismo de Natureza/ Equestre	Viana do Castelo	Passeios a cavalo.	http://www.ecotura.com/	Facebook.	Português e Inglês
Nature Horse - Turismo Equestre	Turismo Equestre	Viana do Castelo	Passeios a cavalo; Atividades com pôneis; Charretes.	https://www.nature-horse.com/pt	Facebook e Instagram.	Português
Quinta de Chelo	Turismo Equestre	Viana do Castelo	Passeios a cavalo; Batismos equestres.	Não possui.	Facebook.	Não tem website
Quinta do Fijó	Turismo Rural/Equestre	Viana do Castelo	Aulas de equitação; Passeios; Estágios; Packs de 3 e 6 dias de passeios a cavalo.	http://quintadofijo.eu/	Facebook.	Português e Inglês

3. O Turismo Equestre em Portugal

Nome da entidade/empresa	Tipologia	Localização	Serviços prestados de Turismo Equestre	Página Web e Redes Sociais		Línguas disponíveis na Página Web
Gerês Equi'Desafios	Turismo de Aventura/Equestre	Braga	Passeios a cavalo; Aulas de equitação; Batismos a cavalo.	https://www.equidesafios.com/pt	Facebook.	Português e Inglês
EquiCampo	Turismo Montanha/Equestre	Braga	Aulas de equitação; Passeios a cavalo.	http://www.equicampo.com/	Facebook.	Português e Inglês
Casa de São Cristóvão	Turismo Rural/Equestre	Vila Real	Aulas de equitação; Passeios a cavalo.	https://ruralturismo.net/	Não possui.	Português, Inglês e Francês
Quinta do Rol	Turismo Rural/Equestre	Porto	Aulas de Dressage; Equitação de trabalho; Passeios a cavalo.	https://quintadorol.com/en/	Facebook.	Português e Inglês
GQ Horses	Turismo Equestre	Aveiro	Aulas de equitação; Passeios a cavalo.	https://gqhorses.pt/	Facebook.	Português e Inglês
Picadeiro Quinta do Pombal	Turismo Rural/Equestre	Viseu	Aulas de equitação; Passeios a cavalo; Terapia assistida.	Não possui.	Facebook.	Não tem website

3. O Turismo Equestre em Portugal

Nome da entidade/empresa	Tipologia	Localização	Serviços prestados de Turismo Equestre	Página Web e Redes Sociais		Línguas disponíveis na Página Web
Quinta da Bacelada	Turismo Rural/Equestre	Guarda	Passeios a cavalo.	quintadabacelada.pt	Facebook.	Português e Inglês
Quintas de Óbidos	Country Club	Leiria	Aulas de equitação; Passeios a cavalo.	http://www.qdo.pt/p/quintas_obidos/l/pt/	Facebook e Twitter.	Português, Inglês, Espanhol, Francês e Alemão
Centro Hípico de Alcaria	Turismo Equestre	Leiria	Aulas de equitação; Passeios a cavalo; Batismo equestre; Experiências equestres; Terapia assistida.	https://www.chalcaria.com/pt/	Facebook.	Português e Inglês
Coudelaria Rita Cotrim	Turismo Equestre	Santarém	Aulas de equitação; Passeios a cavalo; Passeios de charrete.	Não possui.	Facebook.	Não tem website
Lusitano Trail Rides	Turismo Equestre	Santarém	Programas equestres; Aulas de equitação; Passeios a cavalo.	https://www.lusitanotrailrides.com/	Facebook.	Português, Inglês e Alemão
Lusitanus	Turismo Equestre	Santarém	Aulas de equitação; Estágios.	Não possui.	Não possui.	Não tem website

3. O Turismo Equestre em Portugal

Nome da entidade/empresa	Tipologia	Localização	Serviços prestados de Turismo Equestre	Página Web e Redes Sociais		Línguas disponíveis na Página Web
Quinta da Boa Vista	Turismo Equestre	Santarém	Passeios equestres; Aulas de equitação.	Não possui.	Facebook.	Não tem website
Quinta da Enxogueira	Turismo Equestre	Santarém	Aulas de equitação; Passeios a cavalo.	Não possui.	Não possui.	Não tem website
Quinta da Marchanta	Turismo Rural/Equestre	Santarém	Aulas de equitação; Passeios a cavalo; Visitas à Escola Portuguesa de Arte Equestre e coudelarias.	http://www.marchanta.pt/	Facebook, Instagram, Twitter e Youtube.	Português e Inglês
Solar Espírito Santo	Turismo Rural/Equestre	Santarém	Aulas de equitação.	Não possui.	Não possui.	Não tem website
Vale de Ferreiros	Turismo Rural/Equestre	Santarém	Aulas de equitação; Passeios a cavalo; Programas de 3 ou 6 noites com aulas incluídas.	valedeferreiros.com	Facebook.	Português, Inglês e Francês
Solar Espírito Santo	Turismo Rural/Equestre	Santarém	Aulas de equitação.	Não possui.	Não possui.	Não tem website

3. O Turismo Equestre em Portugal

Nome da entidade/empresa	Tipologia	Localização	Serviços prestados de Turismo Equestre	Página Web e Redes Sociais		Línguas disponíveis na Página Web
Hotel Vila Galé Collection Alter Real	Resort Equestre	Portalegre	Aulas de volteio; Aulas de equitação; Atrelagem; Passeios a cavalo.	vilagale.com	Facebook, Twitter, Instagram e Youtube.	Português, Inglês e Francês
Monte de Portugal	Turismo Rural/Equestre	Portalegre	Aulas de equitação; Passeios a cavalo.	https://www.montedeportugal.pt/	Facebook e Youtube.	Português
Quinta do Carrefe	Turismo Rural/Equestre	Portalegre	Aulas de volteio; Aulas de equitação.	Não possui.	Não possui.	Não tem website
Torre de Palma	Turismo Rural/Equestre/Enoturismo	Portalegre	Aulas de volteio ou sela; Aulas de equitação; Passeios a cavalo.	https://www.torredepalma.com/	Facebook, Instagram e Youtube.	Português, Inglês e Espanhol
Quinta do Carrefe	Turismo Rural/Equestre	Portalegre	Aulas de volteio; Aulas de equitação.	Não possui.	Não possui.	Não tem website

3. O Turismo Equestre em Portugal

Nome da entidade/empresa	Tipologia	Localização	Serviços prestados de Turismo Equestre	Página Web e Redes Sociais		Línguas disponíveis na Página Web
Centro Equestre João Cardiga	Turismo Equestre	Lisboa	Escola de equitação; Clube do Pónei; Ensino/ Dressage; Paradressage; Equitação de trabalho; Hipoterapia; Equitação lúdica; Programas de férias.	https://www.academiaequestrecardiga.pt/	Facebook e Instagram.	Português e Inglês
Centro Hípico Herdade da Mata	Turismo Rural/Equestre	Lisboa	Aulas de equitação; Estágios com cavaleiros reconhecidos; Programas "Ride & Stay" com estadia na Casa de Campo da Herdade da Mata; Espetáculos equestres.	https://www.herdade-da-mata.com/	Facebook.	Português, Inglês e Alemão
Clube Equestre de Janas O Paddock	Turismo Equestre	Lisboa	Aulas de equitação; Passeios a cavalo.	Não possui.	Facebook e Instagram.	Não tem website
Coudelaria Henrique Abecasis	Turismo Equestre	Lisboa	Passeios a cavalo; Estágios e cursos de formação.	https://www.coudelariahenriqueabecasis.com/	Facebook	Inglês

3. O Turismo Equestre em Portugal

Nome da entidade/empresa	Tipologia	Localização	Serviços prestados de Turismo Equestre	Página Web e Redes Sociais		Línguas disponíveis na Página Web
Morgado Lusitano	Turismo Rural/Equestre	Lisboa	Aulas de equitação; Aulas de equitação de trabalho; Visitas á Escola Portuguesa de Arte Equestre; Aulas de diversas modalidades equestres; Passeios a cavalo.	https://morgadolusitano.pt/	Facebook.	Português, Inglês, Francês, Alemão e Japonês
Quinta da Pena	Turismo Equestre	Lisboa	Visitas às cavalariças; Passeios a cavalo.	Não possui.	Não possui.	Não tem website
Quinta do Brejo	Turismo Rural/Equestre	Lisboa	Aulas; Estágios; Passeios a cavalo.	quintadobrejo.pt	Facebook e Instagram.	Português
Entre Amigos - Atividades Equestres	Turismo Equestre	Setúbal	Aulas de equitação; Passeios a cavalo; Estágios de equitação; Hipoterapia; Férias a cavalo.	https://entre-amigos-equestre.webnode.pt/	Facebook.	Português, Inglês e Alemão
Cavalos na Areia	Turismo Equestre	Setúbal	Passeios a cavalo; Aulas de equitação; Eventos.	https://www.cavalosnaareia.com/	Facebook e Instagram.	Português e Inglês
Centro Equestre Santo André	Turismo Equestre	Setúbal	Aulas de equitação; Passeios a cavalo; Passeios de charrete; Férias equestres.	http://www.cesa.pt/	Facebook e Instagram.	Português

3. O Turismo Equestre em Portugal

Nome da entidade/empresa	Tipologia	Localização	Serviços prestados de Turismo Equestre	Página Web e Redes Sociais		Línguas disponíveis na Página Web
Galope no Campo	Turismo Equestre	Setúbal	Passeios a cavalo; Passeios de carroça com burros; Passeios de charrete; Quintinha.	Não possui.	Facebook.	Não tem website
Herdade do pessegueiro	Alojamento/ Turismo Equestre	Setúbal	Passeios a cavalo; Batismos a cavalo; Dia na herdade.	https://herdadedopessegueiro.com	Facebook e Instagram.	Português, Inglês e Alemão
Monte da Moita Nova	Turismo Rural/Equestre	Setúbal	Passeios a cavalo.	Não possui.	Facebook.	Não tem website
Passeios a Cavalo Melides	Turismo Equestre	Setúbal	Aulas de equitação; Passeios a cavalo.	https://www.passeiosacavalomelides.com/pt/	Facebook e Instagram.	Português e Inglês
Monte Velho Equoresort	Equo-Resort	Évora	Aulas de Dressage; Aulas de equitação; Passeios a cavalo.	https://www.montevelho.pt/	Facebook e Instagram.	Português e Inglês
Horta da Moura	Turismo Rural/Equestre	Évora	Aulas de volteio; Passeios a cavalo; Passeios de charrete.	http://hortadamoura.pt/	Facebook e Twitter.	Português e Inglês

3. O Turismo Equestre em Portugal

Nome da entidade/empresa	Tipologia	Localização	Serviços prestados de Turismo Equestre	Página Web e Redes Sociais		Línguas disponíveis na Página Web
Monte d'Aguentinha	Turismo Rural/Equestre	Beja	Aulas de dressage e equitação de trabalho; Estágios; Competições desportivas; Passeios a cavalo.	http://www.aguentinhadocampo.com/turismo-equestre/	Facebook.	Português e Inglês
Quinta da Fé	Turismo Rural/Equestre	Beja	Aulas de equitação; Passeios a cavalo.	https://www.quintadafe.com	Facebook, Instagram e Twitter.	Inglês
Herdade da Malhadinha Nova	Turismo Rural/Equestre	Beja	Aulas de volteio; Passeios a cavalo; Passeios de charrete; Aulas de equitação; Aulas de dressage.	https://www.malhadinhanova.pt	Facebook, Instagram, Twitter e Youtube.	Português, Inglês e Francês
Herdade dos Grous	Turismo Rural/Equestre	Beja	Aulas de equitação; Passeios a cavalo; Batismos equestres.	https://www.herdade-dos-grous.com/pt/home.html	Facebook, Instagram e Youtube.	Português, Inglês e Alemão
Quinta do Nenufar	Coudelaria	Beja	Visitas; Passeios a cavalo.	http://quintadonenufar.com	Facebook.	Português e Inglês

3. O Turismo Equestre em Portugal

Após uma análise à oferta nacional, foi possível concluir que os serviços prestados se prendem muito nas aulas de equitação, nos passeios e em atividades diversas (nomeadamente batismos), ou seja, estamos perante uma oferta mais virada para o turismo equestre e não só uma oferta com foco na vertente desportiva, ou seja, o desporto equestre direcionado para as provas.

Foi também possível concluir que existe uma maior concentração de empreendimentos na região do Alentejo e também Lisboa, regiões já muito conhecidas pela sua qualidade a nível da prática equestre, mas também é possível denotar uma boa aposta pela região Norte, nomeadamente a região de Viana do Castelo e Braga.

Foi possível observar que quase todas as empresas têm uma boa presença a nível das redes sociais, o que significa que pretendem cada vez mais afirmar-se e divulgar a sua oferta não só a nível nacional como também internacional, de forma a atrair novos públicos. As redes predominantes são a plataforma Facebook e Instagram, as mais usufruídas hoje em dia, e, claramente, os próprios websites criados pelas empresas que claramente apostam cada vez mais num design mais fluído e mais prático para pesquisar, o que traz uma boa primeira impressão da empresa. No entanto, continuam a haver empresas que não apostam na construção do website, mas sim nas redes sociais, sendo estas cerca de 14, um número ainda considerável visto que as pessoas procuram muitas vezes pelo website, onde deveriam estar as informações mais completas e fidedignas dos serviços que procuram.

Para finalizar, também foi analisado o idioma em que as páginas apresentavam o seu conteúdo, e foi possível concluir que das 49 empresas selecionadas apenas 35 possuem página web, e destas 31 incluem o idioma inglês, 6 incluem o idioma francês, 7 incluem o idioma alemão e cerca de 2 incluem o idioma espanhol. Portanto, foi possível observar que o inglês é um idioma muito predominante nas páginas web, no entanto, para uma maior abrangência do mercado equestre, deveria haver uma maior aposta noutros idiomas de tradução, tais como o francês e o espanhol.

3. O Turismo Equestre em Portugal

3.3. A procura turística

O turismo equestre está dividido em duas categorias: como segmento turístico (o cavalo é o principal motivador no processo de compra) e o turismo como complemento a outros segmentos turísticos (Magalhães, 2015).

Seguidamente, serão apresentados alguns dados relativos à procura turística em Portugal, nomeadamente o perfil do turista equestre já traçado por algumas entidades ou estudos realizados na área.

3.3.1. O turista equestre

O cavalo Lusitano, a tradição equestre nacional, a segurança que caracteriza o país, a qualidade do equipamento e das infraestruturas, a tradicional e reconhecida hospitalidade do povo português, a qualificação dos recursos humanos, os cavaleiros e mestres de equitação nacionais reconhecidos nacional e internacionalmente, e a oferta de eventos e atividades desportivas são fatores diferenciadores para os turistas equestres (Magalhães, 2015).

Podemos confirmar que os elementos seguintes estão incluídos na caracterização do perfil do cliente do Turismo Equestre: sexo, idade, nacionalidade, duração da viagem, tipo de viagem, motivação e requisitos (Habitação, 2012). Apesar da relevância nacional e do potencial de crescimento do Turismo Equestre, o mercado internacional representa um reforço da orientação do produto numa dinâmica internacional (Deloitte, 2015).

Num estudo levado a cabo por Deloitte (2015) denominado de Plano de Intervenção para o Turismo Equestre no Alentejo e Ribatejo | Estratégia de Consolidação, foi possível constatar que o perfil da procura nacional do turismo equestre eram:

- a) Famílias com filhos menores de idade;
- b) As suas estadas eram de curta duração;
- c) A procura era dispersa pelo ano todo, com um pico no verão e período de férias escolares;

3. O Turismo Equestre em Portugal

- d) Preferência por Turismo em Espaço Rural;
- e) Elevada sensibilidade ao preço;
- f) Nível de rendimento médio/médio-alto;
- g) Atividades complementares eram maioritariamente dispensáveis;
- h) Não têm muito conhecimento na área equestre;
- i) Procuram essencialmente produtos representativos da gastronomia e cultura;
- j) Gostam de conhecer a envolvente;
- k) Procuram a experiência verdadeiramente alentejana/ribatejana.

Como complemento, analisaram igualmente o perfil da procura internacional, tendo chegado às seguintes conclusões:

- a) São mulheres entre os 25 e 50 anos;
- b) Estada média de 4 a 6 dias;
- c) A procura está dispersa pelo ano todo, com uma diminuição nos meses de julho a setembro;
- d) Procuram unidades de TER;
- e) Nível de rendimento médio-alto/alto;
- f) Mostram-se interessados em atividades complementares;
- g) Procuram serviços in-house, que não exijam a deslocação fora da unidade de alojamento;
- h) Procuram praticar atividades equestres;
- i) Conhecem o cavalo, sabem montar e já possuem um nível técnico avançado de equitação;
- j) No país de origem, praticam equitação;
- k) Principais mercados emissores de turistas: Escandinávia (30%), Alemanha (25%), França (10%), Espanha (10%), Reino Unido (10%), EUA (5%), Bélgica (3%), Outros – Suíça, Austrália, Holanda, Áustria, Brasil (7%).

Num outro estudo desenvolvido por Magalhães (2015), foi apontada a necessidade de estudar e saber mais sobre a equitação e o mundo equestre, a oportunidade de admirar o cavalo Lusitano e a cultura equestre nacional, e o lado recreativo de se divertir e relaxar com os amigos são, todas elas, as principais motivações para o turismo equestre.

3. O Turismo Equestre em Portugal

Num estudo levado a cabo por Moneris (2018), denominado de Caracterização e Avaliação das Medidas de Competitividade do Turismo Equestre Português, foi elaborado o seguinte gráfico, como se pode observar na figura 3, onde foi analisada a prática de atividades equestres e onde se observa a predominância do sexo feminino, em todos os países analisados.

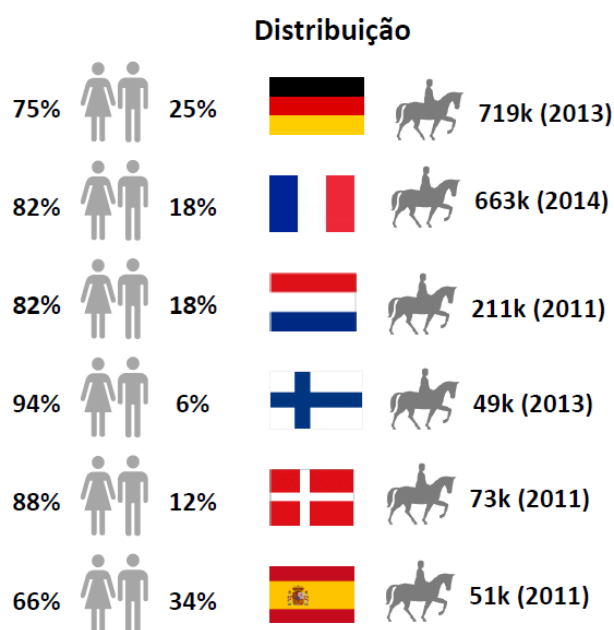


Figura 3 - Distribuição por sexo e nacionalidade dos praticantes de equitação

Fonte - PETUR (2018)

Os três principais mercados emissores europeus (França, Holanda e Alemanha), apresentam indicadores de potencial crescimento, resultantes da evolução do Turismo Equestre interno (Habitação, 2012).

3. O Turismo Equestre em Portugal

Relativamente à faixa etária dos clientes de Turismo Equestre, os dados disponíveis na figura 4 são diversificados e referentes ao segmento desportivo no mercado francês. A análise do mesmo permite verificar que cerca de 50% dos clientes tem idades compreendidas entre 35 e 55 anos, com alguma ênfase para a faixa etária entre 45-55 anos. A procura pelas faixas etárias 25-35 e 55-65 anos apresentam valores semelhantes (15 e 20%).

As restantes faixas etárias (+65, -18 e 18-25), apresentam valores próximos e pouco significativos (Turihab, 2012).

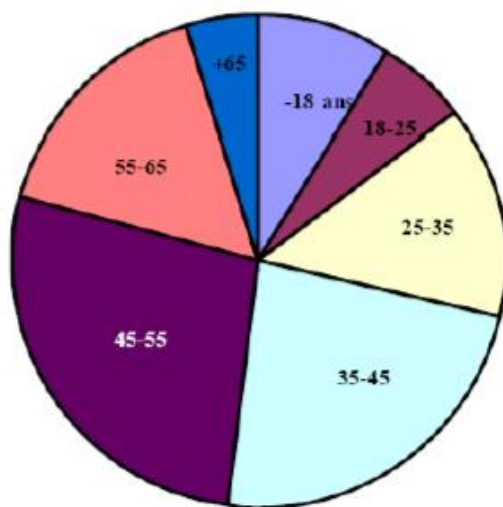


Figura 4 - Análise do mercado equestre francês.

Fonte – Habitação (2012)

3. O Turismo Equestre em Portugal

3.4. Análise SWOT ao turismo equestre em território nacional

Neste ponto, apresenta-se uma recolha de pontos fortes e pontos fracos, tal como ameaças e oportunidades, que afetam direta e indiretamente o turismo equestre em Portugal, através da revisão de literatura e com o complemento da informação recolhida nas entrevistas realizadas e que serão analisadas no ponto 4.2.1.

Com base no Projeto Pegaso, podemos identificar os pontos referidos anteriormente, juntamente com informações do Turismo de Portugal (2012), Deloitte (2015) e Moneris (2018):

Pontos Fortes:

De acordo com o Turismo de Portugal (2012), podemos identificar os seguintes pontos:

- a) Puro sangue lusitano – raça com projeção internacional, fator distintivo da cultura portuguesa;
- b) Oferta complementar (cultural, gastronómica, de lazer) variada e de qualidade que proporcione experiências diversificadas e supere as expectativas dos turistas;
- c) Condições climatéricas temperadas;
- d) Realização de eventos desportivos e projetos emblemáticos de projeção internacional;
- e) Apresentação de uma oferta integrada.

De acordo com o estudo de Deloitte (2015), são também estes alguns pontos fortes:

- a) Referência nacional para o desenvolvimento do turismo;
- b) Reconhecimento nacional das atividades desenvolvidas;
- c) Posicionamento no plano turístico nacional.
- d) Herança da cultura do cavalo;
- e) Puro Sangue Lusitano;
- f) Bom acolhimento.

3. O Turismo Equestre em Portugal

Por fim, Moneris (2018) identifica os seguintes pontos:

- a) Cavalo lusitano com mais de 5000 anos de história e o mais antigo cavalo de sela do mundo – cavalo versátil, dócil e ágil. Cavalo garrano, o cavalo sorraia, o pônei da terceira também distinguidos como cavalos de raças autóctones da Península Ibérica;
- b) Arte de bem receber dos portugueses;
- c) Gastronomia e vinho;
- d) Variedade e diversidade de paisagens e habitats a curta distância das grandes cidades;
- e) Clima ameno permitindo a prática de atividades ao ar-livre ao longo de todo o ano;
- f) Alojamentos turísticos premiados internacionalmente e com infraestruturas favoráveis à prática de atividades equestres;
- g) Preço-qualidade da oferta existente tanto dos serviços equestres como da dormida é muito boa.

Pontos Fracos:

De acordo com Deloitte (2015), são estes alguns dos pontos fracos apontados:

- a) Falta de cooperação e organização entre os agentes locais;
- b) A oferta de infraestruturas e a qualidade de serviço são os fatores que carecem de maior desenvolvimento;
- c) Pouca exposição internacional;
- d) Inexistência do Turismo Equestre como produto, mas sim como serviço complementar a outras atividades turísticas;
- e) Parca divulgação em revistas nacionais e internacionais, operadores turísticos e sites de turismo;
- f) Cooperação e organização pouco consistente entre agentes locais, FEP, ANTE, TP, Coudelarias, Alojamentos Equestres, Municípios e principais promotores;
- g) Inexistência da marca de Turismo Equestre que se distinga internacionalmente;
- h) Organização de redes de informação diminuta: inexistência de um site único agregador;

3. O Turismo Equestre em Portugal

- i) Formação de recursos humanos (guias monitores, equestres e agentes de turismo);
- j) Inexistência de uma entidade coordenadora com poder institucional efetivo;
- k) Inexistência de legislação e regulamentação própria do Turismo Equestre;
- l) Escasso apoio governamental.

Oportunidades:

De acordo com o Turismo de Portugal (2012), as oportunidades referidas são:

- a) Maior consciência ambiental entre a população dos países emissores de turismo;
- b) Crescente preferência por destinos de viagem não massificados;
- c) Procura de experiências com elevado conteúdo de autenticidade e de valores;
- d) Tirar partido do prestígio do Cavalo Lusitano e das valências “património e cultura” ligadas ao cavalo;
- e) Capitalizar a visibilidade e o prestígio de destinos tradicionais associados ao cavalo;

Deloitte (2015) complementa com as seguintes oportunidades:

- a) Tendência para o turismo “verde” e longe das cidades massificadas;
- b) Vetor de desenvolvimento sustentável: envolvimento das populações, encontros interculturais, experiência e sensação positiva tanto para as empresas de turismo como para os praticantes, promove perceção ambiental, conservação, proteção, respeitando a vida selvagem, flora, biodiversidade, ecossistemas e diversidade cultural;
- c) Destaque das valências e características regionais, contribuindo para o desenvolvimento da competitividade das diferentes regiões: Norte, Centro e Sul;
- d) Desenvolvimento da economia regional e reconhecimento da localização. Promoção de emprego junto das regiões mais rurais, combatendo a massificação de empresas nas grandes cidades;

3. O Turismo Equestre em Portugal

- e) Rentabilizar as infraestruturas existentes: centros hípicas, alojamentos locais;
- f) Reduzir a sazonalidade através da complementaridade de produtos turísticos: ofertas de verão versus ofertas de inverno.

Ameaças:

Deloitte (2015) refere os seguintes pontos:

- a) Cultura focada no cavalo avessa à mudança para o turismo;
- b) Oferta de turismo em Portugal diversificada pode dispersar o interesse do turista no sector equestre;
- c) Falta de medidas de financiamento direto para apoio ao turismo equestre;
- d) Mercado interno pouco expressivo;
- e) Ausência de objetivos comuns nas diferentes entidades do setor.

4. Metodologia de investigação

Nesta etapa da dissertação será apresentada a parte prática da investigação, ou seja, será exposta a metodologia e os respetivos resultados para as questões de investigação levantadas inicialmente.

Para tal, serão apresentados os resultados obtidos com os diversos métodos de recolha de dados, sendo estes compostos pelas entrevistas exploratórias semiestruturadas e pelos questionários, e também o contexto em que foram aplicados.

4.1. Métodos de investigação

Após uma revisão de literatura onde se pretendeu um enquadramento teórico de todas as variáveis fulcrais para o presente estudo, entre elas o turismo equestre, a imagem de destino e a motivação, procedeu-se então ao estudo prático das mesmas.

Como método de análise, foram escolhidos ambos os métodos quantitativos e qualitativos. Os estudos de métodos mistos baseiam-se nas análises e interpretações de dados qualitativos e quantitativos. Parylo (2012) afirma que os investigadores que empregam uma conceção de métodos mistos selecionam os métodos que melhor se adequam aos objetivos do estudo e integram os dados em uma ou mais fases de análise. Pluye et al. (2009) complementam afirmando que a razão para a realização de investigação de métodos mistos reside na combinação dos pontos fortes tanto dos estudos qualitativos como quantitativos.

A investigação qualitativa é caracterizada pelos seus objetivos, que se relacionam com a compreensão de alguns aspetos da vida social e os seus métodos que (em geral) geram palavras, em vez de números, como dados para análise. Estes métodos visam responder a perguntas sobre "o quê", "como" ou "porquê" de um fenómeno em vez de "quantos" ou "quanto", que são respondidas por métodos quantitativos (McCusker & Gunaydin, 2015).

4. Metodologia de investigação

Kaplan e Duchon (1988) completam a ideia referida pelos autores anteriores ao afirmarem que se o objetivo é compreender como uma comunidade ou indivíduos inseridos na mesma percebem uma determinada questão, então os métodos qualitativos são frequentemente apropriados. As estratégias qualitativas enfatizam uma abordagem interpretativa que utiliza dados tanto para colocar como para resolver questões de investigação.

Como um esforço para ser o mais inclusivo possível, definimos aqui métodos mistos como a investigação em que o investigador recolhe e analisa os dados, integra os resultados e tira conclusões utilizando abordagens ou métodos qualitativos e quantitativos num único estudo ou num programa de inquéritos (Tashakkori & Creswell, 2007). Sandelowski (2000) refere que os investigadores têm utilizado cada vez mais técnicas de métodos mistos para expandir o âmbito dos seus estudos e aprofundar os seus conhecimentos a partir deles.

Como têm defendido os autores da investigação de métodos mistos, a complexidade dos fenómenos humanos exige desenhos de investigação mais complexos para os captar.

Para tal, inicia-se uma primeira fase de investigação onde o objetivo principal é entrevistar diversas entidades ligadas ao turismo equestre, de modo a poder compreender melhor a realidade do turismo equestre em Portugal. Foram escolhidas 15 entidades de diferentes áreas do turismo equestre, com o objetivo de recolher o máximo de informação o mais variada possível e com pontos de vista diversos. Após a sua escolha foi elaborado um guião de entrevista semiestruturada, de modo a possibilitar aos entrevistados uma conversa mais informal sobre o tema, mantendo o foco nas questões elaboradas.

Já na segunda fase da investigação, foi necessária uma recolha de dados mais ligada ao público intrínseco a este estudo: os turistas equestres. Para tal, foi criado um questionário onde as questões foram essencialmente elaboradas através da análise das entrevistas e análise da revisão de literatura, procedendo assim à construção de um conjunto de questões que permitem a criação de dados quantitativos para posteriormente poder complementar (ou refutar) os objetivos iniciais a esta investigação.

4. Metodologia de investigação

4.2. A recolha da informação

A recolha da informação inicia-se na revisão de literatura, onde o objetivo assenta na criação de bases teóricas para que a investigação se possa concretizar, nomeadamente as entrevistas e os questionários, como será referido abaixo.

A entrevista é um dos métodos de recolha de dados que permite uma maior interação entre o investigador e o inquirido, no caso de entrevistas estruturadas, semiestruturadas e não estruturadas, ou entre o investigador e um grupo de pessoas, no caso de entrevistas de grupo ou focais (Laurenciano & Melquiades, 2009).

Numa primeira fase, o foco concentra-se na realização de entrevistas exploratórias semiestruturadas que permitam um aprofundamento dos conhecimentos pré-adquiridos com a revisão da literatura. Para tal, foram entrevistadas 4 entidades ligadas ao turismo equestre para que houvesse uma maior ligação ao que é a realidade desta modalidade em Portugal.

As entrevistas semiestruturadas foram selecionadas como meio de recolha de dados devido a duas considerações principais. Em primeiro lugar, são adequadas para a exploração das perceções e opiniões dos inquiridos relativamente a questões complexas e por vezes sensíveis e permitem sondar para mais informações e esclarecimento das respostas.

De facto, a flexibilidade tanto na conceção e aperfeiçoamento dos guiões de entrevista como na realização efetiva das entrevistas é provavelmente a chave mais importante para o sucesso na utilização desta técnica (Horton et al., 2004).

Numa segunda fase da investigação foi utilizado o método do inquirido por questionário de forma a obter um maior leque de informações diretamente dos turistas que visitam Portugal para a prática do turismo equestre, assim, complementando o estudo já previamente feito com a revisão de literatura e com as entrevistas exploratórias. Estes questionários tinham algumas condicionantes obrigatórias, ou seja, já ter praticado ou ainda praticar turismo equestre em Portugal, ter idade superior a 18 anos e, claramente, já ter praticado ou ter assistido a alguma forma de atividade equestre.

4. Metodologia de investigação

4.2.1. Método de investigação qualitativo: As entrevistas

As entrevistas semiestruturadas foram escolhidas de modo a permitir aos entrevistados um grau de liberdade para explicar os seus pensamentos e para destacar áreas de particular interesse e especialização que sentiam ter, bem como para permitir que certas respostas fossem questionadas com maior profundidade e, em particular, para trazer à tona e resolver aparentes contradições (Horton et al., 2004).

Como abordado anteriormente, a primeira fase desta etapa é a escolha das empresas. O processo de seleção de empresas começou por uma seleção do tipo de negócio que faria sentido ser escolhido para participar nesta investigação, pelo que o requisito obrigatório, era, inconfundivelmente, ter atividades de turismo equestre ou de desporto equestre. Assim, começou-se por definir algumas categorias de negócio como as unidades de alojamento, empresas de turismo de aventura ligadas ao turismo equestre, centros hípicas, uma associação e uma federação (apresentados na Tabela 2). O objetivo desta heterogeneidade de negócios deveu-se a querer obter o maior número de opiniões diversificadas possível, de forma a entender como cada tipo de turismo se adequa com as atividades equestres, ou seja, como as desenvolve, como as explora, a importância que detém nesses negócios e também poder analisar se o facto de serem empresas com tipos de turismo específicos também afetaria o perfil do turista que as visita com intenções de praticar turismo equestre.

Tabela 2 - Empreendimentos selecionados para pedido de entrevista

Unidades de alojamento	Herdade da Matinha; Monte Velho EquoResort; Herdade dos Grous; Vale de Ferreiros.
Empresas de Turismo de Aventura	Geopark Naturtejo; Gerês Equi'Desafios; Pódio d'Aventura; Ecotura.
Centros Hípicos	Centro Hípico de Alcaria; Gerês EquiDesafios.
Empresas de Turismo Equestre	Monte da Aguentinha; Vale de Ferro; Ponte de Lima on Horseback.
Federação	Federação Equestre Portuguesa.
Associação	Associação Nacional de Turismo Equestre.

4. Metodologia de investigação

Destas entidades, apenas foram entrevistadas 4, o Monte Velho Equoresort, a Herdade dos Grous, a Gerês Equi'Desafios e o Vale de Ferreiros, dada a falta de resposta por parte das restantes.

Como primeira forma de contacto, foram enviados diversos emails com um modelo de pedido de entrevista previamente elaborado (apresentado no Anexo I) a todas as entidades, obtendo algumas respostas positivas, e, posteriormente, efetuados os contactos telefónicos às quais não foi possível obter resposta via email.

Para estas entrevistas, procedeu-se à escolha das empresas mediante a especificidade das questões elaboradas e posteriormente foi elaborado um guião de entrevista, como mencionado anteriormente. Uma vez selecionadas as empresas, é efetuado um contacto via email e também telefónico, onde é apresentado um pedido de entrevista através da plataforma Zoom. Estas entrevistas ocorreram no período estabelecido entre 1 de março e 23 de abril de 2021, com a duração de aproximadamente 30 a 50 minutos cada uma.

O guião (remetido para Anexo II) foi construído com base nas questões desenvolvidas no início desta dissertação, de modo a procurar respostas mais concretas para as mesmas, complementando assim os conhecimentos teóricos. Este é composto por uma parte introdutória, onde é apresentado o trabalho que se pretende desenvolver e as temáticas que seriam abordadas, e uma segunda parte com as questões propriamente ditas.

4.2.1.1. A ESTRUTURA DO GUIÃO

Com as três primeiras questões, pretende-se que haja um enquadramento do turismo equestre no território, com base na opinião destes players que estão em contacto direto com o produto:

1- Qual é a sua opinião do estado atual do turismo equestre em Portugal?

2- E qual é a imagem/posicionamento que o Turismo Equestre detém no nosso país?

4. Metodologia de investigação

3- Acha que este produto turístico é bem promovido internamente e externamente?

Com a pergunta quatro é pretendido que haja um conhecimento, ainda que geral, de como este produto é promovido pelas empresas, e se esses métodos se verificam eficazes:

4- Quais os meios promocionais que considera uma mais-valia para obter uma maior visibilidade para o seu negócio?

Com as seguintes questões o principal intuito foi obter dados mais concretos das empresas sobre o turista e as suas motivações, tal como a imagem do Turismo Equestre em Portugal, dado a escassez de dados existentes quanto ao território nacional. Para tal, foi construído este conjunto de questões que visa obter informações recolhidas pelas empresas entrevistadas, e não somente uma opinião:

5- O turismo equestre é uma atividade que despoleta diversas motivações nos turistas. Quais considera ser os fator-chave para o sucesso desta atividade?

6- E quais as principais motivações que levam à prática do turismo equestre no seu empreendimento?

7- Considera o turismo equestre uma componente forte aliada ao seu negócio?

8- Quais os serviços associados ao Turismo Equestre prestados pela sua empresa?

9- E quais são os serviços mais vendidos?

10- Qual o mercado-alvo para o qual comunica o turismo equestre?

11- Como comunica o seu produto?

12- De acordo com o que foi dito anteriormente, qual é o perfil do turista que foi possível construir até à data?

Com o último conjunto de questões, é pretendida uma análise, com base na opinião das entidades, de como a pandemia atualmente enfrentada pelo país (COVID19) afetou os negócios ligados ao Turismo Equestre, e como pretendem ultrapassar os obstáculos criados:

13- Como descreveria o estado do Turismo Equestre na sua entidade antes de toda a pandemia?

4. Metodologia de investigação

14- Face a pandemia que atravessamos desde o ano passado, que trouxe impactos económico-sociais indescritíveis, quais foram as/os grandes diferenças/impactos que mais sentiu na sua entidade?

15- E quais as estratégias que considera mais pertinentes aplicar na sua empresa para a recuperação do turismo equestre?

Posteriormente, procede-se à transcrição e análise das mesmas, elaborada com o devido apoio da gravação prévia com a autorização das empresas, de modo a não só enriquecer a revisão de literatura e ao esclarecimento das questões elaboradas inicialmente, mas também para auxiliar à construção dos questionários a aplicar.

4.2.2. Método de investigação quantitativo: O questionário

Por forma a poder-se estudar a população de interesse, foi necessário a criação e posterior aplicação de inquéritos por questionários a turistas nacionais e internacionais de forma a obter uma recolha de dados mais atual e específica. Este questionário foi apresentado na língua Portuguesa e Inglesa, apresentados no Anexo III.

Foi necessário iniciar este questionário com uma pré-divisão em 3 grupos de públicos, de forma a facilitar a resposta aos inquiridos, e a não sobrecarregar quem raramente pratica atividades equestres, é espectador ou acompanhante (o grupo dos Passivos) com questões às quais não saberiam responder. Pretendeu-se também questionar os pontos essenciais e de forma mais “extensiva” os indivíduos que praticam avidamente atividades equestres (grupo dos Ativos). Também foi necessário criar um terceiro grupo de questões para um segmento que abrangesse um público que embora pratique com alguma frequência atividades equestres, não é ativamente envolvido na comunidade equestre, pelo que foi assim criada a categoria de “Ambos”, onde as questões envolvem um mix entre o grupo dos Ativos e dos Passivos.

4. Metodologia de investigação

4.2.2.1. Estrutura do questionário

O questionário desenvolvido, composto por 17 questões, foi criado através da leitura de artigos científicos, onde foram recolhidas as escalas utilizadas por outros investigadores, e também algumas das variáveis resultantes das entrevistas.

Assim sendo, este questionário (anexo III) encontra-se dividido em 4 grupos:

- a) Grupo dos Ativos - sobre os hábitos nas experiências equestres, ou seja, comportamentos de viagem, o que praticam, onde praticam, com que frequência, se as raças importam na escolha da experiência, como adquirem, e dados sobre a motivação e imagem de destino.
- b) Grupo dos Passivos - dados sobre os hábitos nas experiências, mas mais focados nos meios de compra, se as raças importam na escolha da experiência, comportamentos de viagem e onde ocorreu a última viagem, dados sobre a motivação e imagem de destino.
- c) Grupo de Ambos - Onde se encontram as questões do grupo dos Ativos e dos Passivos, já descritas anteriormente.
- d) Grupo dos dados sociodemográficos - Com o objetivo de analisar o perfil do inquirido para, posteriormente, servir de auxílio à construção de um perfil para o turista equestre.

4.2.2.2. As questões

O questionário iniciou-se com uma questão que determina para qual dos primeiros 3 grupos o indivíduo será redirecionado, sendo esta “ *É praticante ativo ou passivo de turismo equestre? (ou seja, ativo caso pratique a atividade, e passivo caso seja acompanhante nestas atividades equestres, ou seja, espectador)*”. Mediante a resposta, o inquirido seria redirecionado para o conjunto de questões a serem aplicadas mediante o grupo em que se inseria, e no final de cada grupo, todos culminariam no Grupo dos dados sociodemográficos.

4. Metodologia de investigação

As questões aplicadas foram criadas maioritariamente através da análise das entrevistas exploratórias e através da revisão de leitura de onde foram retiradas algumas variáveis (mencionadas abaixo). Para a escolha das escalas a utilizar, foi consultado um documento realizado por Júnior e Costa (2014), onde eram apresentados diversos modelos de escala e de onde foi possível retirar uma conclusão mais precisa sobre a escala a ser usada. O mesmo afirma que a medição das variáveis de interesse é realizada através de escalas específicas, construídas para se adaptarem à natureza abstrata da maioria das estruturas. As ditas escalas fazem parte do instrumento básico de medição. As mesmas foram medidas através da escala de Likert de 1 a 5, que consiste na adoção de uma estrutura e na formulação de afirmações relacionadas à sua definição, onde o inquirido expressará a sua opinião e concordância.

O propósito da questão 1 apresentado na Tabela 3 prendeu-se em descobrir as modalidades predominantes perante os inquiridos por forma a descobrir quais as mais praticadas em Portugal. As variáveis aqui apresentadas foram retiradas e adaptadas do estudo de Magalhães (2015).

Tabela 3 - Questão 1 “*Qual (ou quais) a(s) modalidade(s) que pratica ou já praticou?*”

" Qual (ou quais) a(s) modalidade(s) que pratica ou já praticou?"
Montar por lazer
Dressage
Obstáculos
Atrelagem
Equitação de Trabalho
TREC
Raides
Horseball
Volteio artístico

Fonte – Própria.

Na questão 2 pretendeu-se decifrar, através da escala apresentada abaixo, qual a frequência com que os inquiridos praticam o turismo equestre, ou, também, quanto praticavam caso já não o realizassem.

Questão: *Com que frequência pratica ou praticou turismo equestre (aproximadamente)?*

4. Metodologia de investigação

- Com pouca regularidade (menos de 1 vez por mês)
- Com alguma regularidade (1 a 2 vezes por mês)
- Frequentemente (3 ou mais vezes por mês)
- Outra

Figura 5 - Questão número 2 do questionário.

Fonte - Própria

Para haver uma melhor perceção de como o inquirido formou a sua escolha para um determinado empreendimento, foi necessária a construção desta questão, apresentada na Tabela 4, com diversos aspetos essenciais relativamente ao local escolhido, avaliando através de uma escala de Likert de 1 a 5 (sendo 1- nada importante ... 5- muito importante). Foram apresentados catorze itens adaptados de diversos autores e das entrevistas exploratórias e revisão de literatura.

Tabela 4 - Questão: Qual a principal razão (ou razões) da escolha deste empreendimento?

Itens	Escala	Adaptado de
Reputação	Escala de Likert: de 1 a 5 (sendo 1- nada importante ... 5- muito importante)	Tourism Association (2009)
Proximidade geográfica		
Preço		
Recomendação de amigos e/ou familiares		
Curiosidade		
Visitas anteriores		
Empreendimento familiar		
Qualidade dos serviços		
Cavalos		Entrevistas exploratórias
Professores/monitores/cavaleiros		
Apresentação dos cavalos		
Condições do estabelecimento		
Qualidade do tratamento dos equinos		
Outra		

Fonte - Própria

Para o estudo da variável “Motivação”, foram estudados diversos artigos e analisadas todas as entrevistas de modo a criar um conjunto de variáveis, apresentadas na Tabela 5, onde pretende avaliar o que levou o turista a querer visitar um determinado destino de turismo equestre, ou seja, o que motiva o indivíduo a querer viajar para um destino de turismo equestre.

4. Metodologia de investigação

Foram apresentados vinte itens adaptados das entrevistas exploratórias e revisão de literatura, medidos através de uma escala de Likert de 1 a 5 (sendo 1- nada importante ... 5- muito importante).

Tabela 5 - Questão: Quais são as suas principais motivações quando faz uma viagem para um destino de turismo equestre

Variável	Itens	Escala	Adaptado de	
MOTIVAÇÃO	Relaxamento	Escala de Likert: de 1 a 5 (sendo 1- nada importante ... 5- muito importante)	AHRP – Associação dos Hotéis Rurais de Portugal (2010)	
	Socialização			
	Aprendizagem			
	Aproximação com a família			
	Ser uma novidade			
	Sentimentos de alegria proporcionados pelo destino			
	Reputação do local			
	Tranquilidade			
	Fugir à rotina			
	Descanso e contacto com a natureza			
	Passeios a cavalo na natureza		Entrevistas exploratórias	
	Prática de desporto equestre (aulas, provas)			
	Eventos equestres (desportivos ou de lazer)			
	Proximidade com os cavalos			
	Aprofundar conhecimentos pré-adquiridos com as raças portuguesas			
	Comprar cavalos			
	Acompanhar família e/ou amigos para provas equestres			
	Usufruir de outros tipos de turismo (como sol e mar)			AHRP – Associação dos Hotéis Rurais de Portugal (2010)
	Curiosidade para novas formas de turismo			
	Proximidade cultural			
Contacto com modos de vida alternativos				

Fonte - Própria

Ainda para o estudo da variável “Motivação”, nesta questão, apresentada na Tabela 6, é pretendido que o indivíduo selecione de 1 a 5 os atributos que mais importam num destino de turismo equestre, e que, conseqüentemente, motivam a um eventual retorno, através de uma escala de Likert de 1 a 5 (sendo 1- nada importante ... 5- muito importante). Foram apresentados dezoito itens adaptados de um questionário criado pela Associação dos Hotéis Rurais de Portugal (2010), da Tourism Association, L. C. (2009) e das entrevistas exploratórias.

4. Metodologia de investigação

Tabela 6 - Questão: Quais os atributos de um destino de turismo equestre que valoriza para um eventual retorno a essa mesma região?

Fonte - Própria

Variável	Itens	Escala	Adaptado de	
MOTIVAÇÃO	Segurança e proteção	Escala de Likert: de 1 a 5 (sendo 1- nada importante ... 5- muito importante)	AHRP – Associação dos Hotéis Rurais de Portugal (2010)	
	O clima ser agradável			
	Boa hospitalidade			
	A simpatia da população local			
	Boas práticas ambientais			
	Atividades realizadas no destino			
	Reputação da região			
	A qualidade dos serviços prestados		Entrevistas exploratórias	
	A variedade de serviços de turismo equestre			
	Raças de cavalos existentes			
	Reputação do turismo equestre na região			
	Tradição equestre			
	Eventos equestres			
	Fácil acesso às redes de comunicações			Tourism Association, L. C. (2009)
	Instalações do alojamento			
Boa acessibilidade e transportes				
Boa informação e apoio turístico				
Boa relação custo/benefício				

A questão apresentada na Tabela 7 foi criada de forma a possibilitar uma melhor compreensão dos serviços mais comprados pelos turistas e o seu grau de satisfação relativamente aos mesmos, através de uma escala de Likert de 1 a 5 (sendo 1- nada satisfeito ... 5- muito satisfeito). Foram apresentados quinze itens adaptados de um questionário criado pela Associação dos Hotéis Rurais de Portugal (2010), da Tourism Association, L. C. (2009) e das entrevistas exploratórias.

4. Metodologia de investigação

Tabela 7 - Questão: Numa escala de 1 a 5 (1- Nada satisfeito e 5 - Muito satisfeito), seleccione o seu nível de satisfação relativamente à sua última experiência de turismo equestre.

Variável	Itens	Escala	Adaptado de
IMAGEM DE DESTINO	Passeios a cavalo na praia	Escala de Likert: de 1 a 5 (sendo 1- nada satisfeito ... 5- muito satisfeito)	Entrevistas exploratórias Tourism Association, L. C. (2009)
	Passeios a cavalo no campo		
	Passeios de charrete		
	Randoneés		
	Aulas de volteio		
	Aulas de Dressage		
	Aulas de equitação		
	Provas equestres		
	Batismo equestre		
	Estágio		
	Equitação de trabalho		
	Equitação terapêutica		
	Visitas (coudelaria ou outro local)		
	Concursos equestres		
Outras atividades lúdicas			

Fonte - Própria

Os itens da questão apresentada na Tabela 8, pertencem ainda à variável imagem de destino, onde o propósito se prende em perceber, através de uma escala de Likert de 1 a 5 (sendo 1- discordo totalmente ... 5- concordo totalmente), de que forma os atributos referidos se adequam a Portugal enquanto destino de turismo equestre

4. Metodologia de investigação

Tabela 8 - Questão: Dos atributos referidos, quais os que mais se adequam a Portugal enquanto destino de turismo equestre? (indique numa escala 1 = discordo totalmente; 5 = concordo totalmente).

Variável	Itens	Escala	Adaptado de
IMAGEM DE DESTINO	A paisagem	Escala de Likert: de 1 a 5 (sendo 1- discordo totalmente ... 5- concordo totalmente)	AHRP – Associação dos Hotéis Rurais de Portugal (2010).
	Cavalos de raça Portuguesa		Entrevistas exploratórias
	Atrações históricas		Tourism Association, L. C. (2009)
	Boas infraestruturas		Entrevistas exploratórias
	Cavaleiros renomeados e/ou mestres de equitação		AHRP – Associação dos Hotéis Rurais de Portugal (2010).
	Preço acessível da alimentação e do alojamento		Entrevistas exploratórias
	Preço acessível para a prática do turismo equestre		AHRP – Associação dos Hotéis Rurais de Portugal (2010).
	Preço acessível para compras		Entrevistas exploratórias
	Preço acessível dos transportes		AHRP – Associação dos Hotéis Rurais de Portugal (2010).
	Boa variedade de centros hípicas		Entrevistas exploratórias
	Tradição equestre		AHRP – Associação dos Hotéis Rurais de Portugal (2010).
	Boa diversidade de atividades rurais		Entrevistas exploratórias
	Diversidade de empreendimentos de turismo equestre		AHRP – Associação dos Hotéis Rurais de Portugal (2010).
	Reputação do destino		Entrevistas exploratórias
	Meios de promoção do turismo equestre		
Eventos equestres			

Fonte - Própria

Para as variáveis sociodemográficas, apresentadas na Tabela 9, foram identificados os seguintes pontos: género, idade, escolaridade, concelho de residência, ocupação e rendimento líquido individual.

4. Metodologia de investigação

Tabela 9 - Dados sociodemográficos

Variável	Tipologia	Item	Adaptado de
SÓCIODEMOGRÁFICA	Género	Masculino Feminino	(Chaves, 2021)
	Idade	Até 25 anos 26-35 anos 36-45 anos 46-55 anos 56-65 anos Mais do que 65 anos	
	Escolaridade	Até 6 anos de escolaridade, inclusive Até 9 anos de escolaridade, inclusive Até 12 anos de escolaridade inclusive Ensino Superior	
	Concelho de residência	Resposta aberta.	
	Ocupação	Empresário em nome individual Profissional liberal Quadro médio/superior Funcionário comercial ou administrativo Funcionário público Operário Pensionista/Reformado Estudante Outro:	
	Rendimento líquido individual	Até 700 euros De 701 a 1000 euros De 1001 a 2000 euros De 2001 a 3000 euros Mais do que 3000 euros	

Fonte - Própria

Este questionário foi sujeito a um pré-teste para que assim pudessem ser afinados todos os pormenores técnicos e de escrita. Assim, e após a análise, o questionário foi enviado a um conjunto de indivíduos diretamente ligados à área equestre de forma a perceber se era de fácil compreensão, se os termos usados eram os adequados, se as questões eram muito extensivas e também se o questionário era de fácil preenchimento ou se causava qualquer tipo de questões.

Após o pré-teste, foi então aplicado online no período de 19 de janeiro de 2022 a 29 de abril de 2022, sendo o questionário elaborado em Português e em Inglês. Recorreu-se à partilha pela comunidade online, e dado o curto espaço de tempo para obter o maior número de respostas, recorreu-se imediatamente à partilha por:

4. Metodologia de investigação

- a) Redes Sociais: nomeadamente no Facebook e Instagram, onde o link do questionário foi partilhado com uma breve mensagem introdutória em diversos grupos (*Hipismo, Turismo Rural em Portugal, Federação Equestre Portuguesa, Turismo em Portugal, Viseu, Cavaleiros de Portugal, Cavalonet – Horses in Portugal, Cavalos PSL, Equitação “À Portuguesa”, Caminhadas, Dressage Portugal News, Equitação, Trabalhos Equestres, Golegã, Turismo a Cavalo*, entre muitos outros). Após contacto via email com a revista Equitação Magazine, mais concretamente, com a Exm^a Sra Ana Filipe, a autora do artigo (figura 6), foi também criada uma notícia para a divulgação deste questionário (figura 6), onde foi também mencionada a dissertação presente e a instituição à qual pertence;



Beatriz Barros é aluna do 2.º ano do Mestrado em Gestão Turística da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu (ESTGV), no Instituto Politécnico de Viseu. Como componente de avaliação neste ano letivo, decidiu percorrer o caminho de criar a sua própria dissertação, onde um dos temas que sempre lhe suscitou interesse pudesse ser falado: o turismo equestre.

Nesse âmbito, nasceu então a dissertação intitulada de “A imagem de Portugal enquanto destino do turismo equestre: estudo das motivações e do perfil da procura”, que visa não só compreender o turismo equestre a um nível mais profundo, o que o define e caracteriza, a oferta nacional, o perfil dos seus consumidores mas, também, descobrir a imagem que Portugal transmite enquanto destino de turismo equestre, uma prática cada vez mais em desenvolvimento no nosso país.

Para ajudar a realizar este estudo, basta que preencha um pequeno questionário [**AQUI**](#)

Figura 6 - Artigo publicado

4. Metodologia de investigação

Fonte - 1 - Revista Equitação

- b) Email: onde foram usados os emails previamente selecionados para as entrevistas, de forma a enviar o link do questionário a solicitar a resposta e possível divulgação do questionário pelas empresas e pessoas contactadas;
- c) Contactos pessoais: onde se recorreu a alguns contactos já previamente estabelecidos com indivíduos que trabalham no ramo equestre e que procederam à partilha por grupos e conhecidos.

Todos estes procedimentos permitiram obter 116 questionários válidos.

5. Análise e discussão dos resultados

Neste capítulo serão apresentados os resultados, obtidos com a parte qualitativa e quantitativa da investigação, e posteriormente analisados através de uma tabela com um breve resumo das respostas obtidas (para as entrevistas exploratórias) e do IBM SPSS Statistics 26 para as respostas obtidas nos questionários.

5.1. Análise dos dados

Neste subcapítulo serão apresentadas as amostras inquiridas para este estudo, tanto as empresas entrevistadas como a população inquirida com o inquérito por questionário.

5.1.1. Análise das Entrevistas

Aquando da realização do guião de entrevista, foi necessário fazer uma seleção das empresas a ser entrevistadas, como referido anteriormente, sendo que as que de facto responderam positivamente ao pedido foram o Monte Velho Equo Resort, a Herdade dos Grous, a Gerês Equi'Desafios e o Vale de Ferreiros.

Assim sendo, obtiveram-se respostas de 3 unidades de alojamento direcionadas para o turismo equestre e de 1 empresa direcionada para o turismo de aventura com atividades equestres integradas:

O Monte Velho Equo Resort é *“ um boutique hotel e está situado a 7 km de Arraiolos numa quinta de criação de cavalos da raça Lusitano. O projeto de arquitetura do Equo Resort é da autoria do Arq. Diogo de Lima Mayer, o proprietário, e o design de interiores de Margarida de Lima Mayer, sua mulher. A propriedade funde-se com a paisagem rural envolvente e providencia aulas de adestramento e passeios de cavalo, mediante pedido. Integrada num verdadeiro paraíso ecológico a **Coudelaria do Monte Velho** dedica-se à criação de cavalos de Puro Sangue Lusitano desde 1994.*

5. Análise e discussão dos resultados

A partir de um núcleo de cinco éguas Alter Real, as quais foram cruzadas numa primeira fase com o garanhão Xaquiro, constitui-se a base da nossa Coudelaria, cujo objetivo foi a criação de cavalos bem conformados morfologicamente e sobretudo com muito bons andamentos. Não menos importante foi a procura de um excelente carácter, que permitisse garantir a sua montabilidade. A maioria dos seus produtos revelam uma grande aptidão para Dressage que é o principal objetivo da Coudelaria. ” retirado da página web do Monte Velho Equo Resort (2022).

A Herdade dos Grous é “ um refúgio de cariz tradicional para relaxar, com extensas paisagens, uma barragem, quinta orgânica e criação de gado. As aulas de equitação baseiam-se nos princípios da equitação clássica, mas adequam-se a todos os níveis e vertentes equestres (ensino básico, obstáculos, passeios ou equitação americana). Também há atividades para crianças ou para pessoas menos experientes, que possibilitam uma experiência única, em que se aprende a confiar e conhecer a natureza destes animais. Através de um passeio a cavalo é possível descobrir a fauna e a flora únicas da propriedade. Os entusiastas de cavalos podem escolher entre a equitação e uma visita aos estábulos onde se criam cavalos belgas. ” retirado da página web da Herdade dos Grous (1999).

A Gerês Equi'Desafios é “ uma empresa de atividades de montanha e lazer especializados em experiências que aliam a prática salutar de desporto ao contacto com a natureza. Composta por Desafios Bar, Campo Aventura e Centro Hípico licenciado pela Federação Equestre Portuguesa como Escola de Equitação, A principal missão da Gerês Equi'Desafios é promover a atividade física em contacto com a natureza e simultaneamente promover o Parque Nacional da Peneda Gerês. ” (Equi'Desafios, 2002).

Por fim, a Vale de Ferreiros é “uma unidade turística ideal para quem procura contacto com a natureza, com total privacidade e conforto em espaço rural. Localizada numa das ruas mais antigas da Aldeia do Pego, já a caminho do rio Tejo, Vale de Ferreiros dispõe de um centro de Turismo Equestre, com uma vista única sobre o Rio Tejo e a colina da cidade de Abrantes com o Castelo em grande destaque. ” retirado da página web da Vale de Ferreiros (2021).

5. Análise e discussão dos resultados

Após a realização das entrevistas, foi necessária a transcrição integral das mesmas de modo a poder identificar os pontos principais das respostas a cada pergunta, permitindo assim chegar a uma conclusão que suporte todas as questões formuladas no início desta investigação.

Assim sendo, apresenta-se abaixo o resumo em tabela das respostas das 4 empresas para cada questão:

Na questão 1 é possível observar uma concordância entre todas as partes, onde as 4 entidades identificam claramente que o turismo equestre ainda precisa de bastante desenvolvimento e investimento, mas que, no entanto, já possui algum reconhecimento.

Tabela 10 - Excertos de respostas obtidas nas entrevistas.

Questão 1 - Qual é a sua opinião do estado atual do turismo equestre em Portugal?	
Gerês Equi'Desafios	“ A minha opinião pessoal, em termos profissionais, é que o turismo equestre está desregulado completamente(...)enquanto se autorregula ou não, talvez se crie uma má imagem do turismo equestre no país e se perca como destino de turismo equestre não é.”
Herdade dos Grous	“ Eu acho que é ótimo, passa uma ótima fase, podia obviamente passar melhor, mas acho que o nosso turismo tem vindo a crescer muito, também por causa do que se passou nos últimos anos, o estrangeiro tem vindo a investir muito em Portugal, o nosso cavalo tem vindo a ganhar nome lá fora, e pronto, as pessoas têm vindo a descobrir o que é o nosso país, e eu acho que depois o turismo equestre está muito ligado às nossas tradições”
Monte Velho Equo Resort	“ a minha opinião é que o estado atual do turismo equestre tem-se vindo a desenvolver bastante, e têm havido muitas coisas novas, as pessoas já perceberam que têm que aliar a parte hoteleira, que tem que ser com qualidade, porque é assim que conseguem fazer preços mais altos e ter clientes que podem pagar mais e pronto, os investimentos também são maiores, claro, mas tem futuro”
Vale de Ferreiros	“ Neste momento devido ao COVID e as restrições de viajar são muitos poucos os estrangeiros que conseguem chegar a Portugal. Existem alguns portugueses que querem ter a experiência de montar a cavalo, numa primeira vez ou para aperfeiçoar a técnica.”

Na questão 2 existe uma concordância entre as primeiras 2 entidades, sendo que a resposta comum é que o nosso posicionamento é ditado pelo cavalo Lusitano, sendo que as 2 últimas defendem que a imagem do Turismo Equestre ainda precisa de ganhar terreno para ser um produto devidamente bem posicionado em Portugal.

5. Análise e discussão dos resultados

Questão 2 - E qual é a imagem/posicionamento que o Turismo Equestre detém no nosso país?	
Gerês Equi'Desafios	“ Temos a sorte de ter um cavalo lusitano(...)e há aquelas pessoas que vêm por causa do cavalo, conhecerem o cavalo, ou seja, feiras, eventos e por aí fora(...), durante a estadia em Portugal, quem é apaixonado por cavalo escolhe uma região para montar a cavalo, mais isso, aquele turismo puro e duro de 1 semana a cavalo(...)”
Herdade dos Grous	“ Eu acho que o posicionamento que nós temos é sobretudo um turismo, eu vejo aqui duas vertentes, mas acima de tudo é um turismo de lazer, como a Beatriz disse, temos como foco principal o lusitano, e andará, o turismo equestre andará sempre à volta disto, porque é o nosso ex-libris. Temos uma vertente que o cliente ou turista vêm com uma finalidade já muito profissional, já montam, fazem competição, não quer dizer que seja a full-time, mas também por causa deste lusitano vêm montar este cavalo que nos cavalos deles têm muito mais dificuldade em tirar certos exercícios”
Monte Velho Equo Resort	“ É assim, o TE infelizmente ou felizmente ainda não é para o turista português, de imagem e posicionamento muitos poucos portugueses conhecem (...) Mas basicamente, a imagem para os portugueses, ou maioria, não existe, as pessoas ainda acham, ou se sabem acham que é aquelas cavalariças ou um cantinho, e nem sabem que as pessoas podem dormir lá, num centro hípico.”
Vale de Ferreiros	“ É um posicionamento crescente que tem que ter mais reconhecimento por parte do governo. O facto do IVA poder ser igual ao do alojamento seria muito benéfico.”

Na questão 3 existe uma concordância geral, ou seja, que este produto turístico não é bem promovido e que necessita de uma forte aposta nesse aspeto, pois não existem operadores turísticos especializados na área, existe pouca publicidade a este tipo de turismo, sendo que no estrangeiro o turismo equestre é promovido de diversas maneiras.

Questão 3 - Acha que este produto turístico é bem promovido internamente e externamente?	
Gerês Equi'Desafios	“ O turismo equestre não(..)não é uma aposta forte nossa para promover o turismo equestre(...)”
Herdade dos Grous	“ Claramente, acho que não. Nós portugueses damos muito pouco valor ao que é nosso(...)nós realmente temos de dar mais valor ao que é nosso e devíamos obviamente ter mais apoios e divulgar muito mais os nossos produtos. Mas como é nos cavalos é como em tudo, portanto, eu acho que realmente o nosso produto é muito mal vendido, a baixo valor, somos muito desvalorizados.”
Monte Velho Equo Resort	“ Internamente não, mas também um bocado por culpa nossa, porque até agora não precisávamos francamente, porque externamente, em termos de oferta e estou a falar de agências de turismo equestre que existem pelo mundo fora, e nós temos um mercado muito importante sueco, inglês e EUA, e Aemanha, e França, são agências cuja única coisa que fazem é este tipo de férias e pacotes equestres que as pessoas escolhem exclusivamente para montar a cavalo(...)Externamente, sim é, não por nós, mas por quem nos descobriu, e viram que éramos um país plantados à beira-mar e ao sol.”
Vale de Ferreiros	“ Penso que não é muito promovido.”

5. Análise e discussão dos resultados

Na questão 4 foi possível observar que cada entidade sugeriu meios promocionais diferentes, provavelmente os que melhor resultam no seu modelo de negócio. Entre os mencionados, os principais são os operadores turísticos, as redes sociais, as agências equestres, entre outras.

Questão 4 - Quais os meios promocionais que considera uma mais-valia para obter uma maior visibilidade para o seu negócio?	
Gerês Equi'Desafios	“ as feiras do exterior, podemos começar por aí, criar ligações aos operadores turísticos (...) depois tens montes de OT estrangeiros, muitos deles já têm pessoal cá em Portugal a trabalhar com eles (...)”
Herdade dos Grous	“Eu acho que os fundamentais são as redes sociais e o site, quer o site da empresa quer os outros auxiliares, como a Booking, tanto a nível de reservas, tudo o que aborda estes assuntos. Ou o hotel que gere a própria herdade, também digamos que fala sobre esta temática dos cavalos, da herdade, faz referência a isso. Eu consideraria estas 2 vias.”
Monte Velho Equo Resort	“ As agências equestres. Sem elas, acho que ninguém consegue viver. (...) Por exemplo, as agências da Suécia e do Reino Unido, eu não posso aceitar clientes diretos, tem que ser pela agência.”
Vale de Ferreiros	“ Dar a conhecer mais sobre o cavalo lusitano. Isso levará as pessoas a interessarem-se pelo meio e consequentemente pelo turismo equestre.”

Na questão 5 foram ouvidos diversos pontos de vista comuns, o que indica que todas as entidades estiveram em concordância nesta questão, tais como os cavalos, a qualidade dos serviços, das instalações, dos colaboradores, dos instrutores, da gastronomia, a paisagem e a natureza envolvente.

Questão 5 - O turismo equestre é uma atividade que despoleta diversas motivações nos turistas. Quais considera ser os fator-chave para o sucesso desta atividade?	
Gerês Equi'Desafios	“(…), a procura vem pela região, pela gastronomia, pelo cavalo em si também, nós neste caso aqui nos primeiros randonées de turismo equestre apostamos na visita à serra para ver os garranos (...)Somos um parque nacional, temos uma raça que quem está ligado aos cavalos tem sempre curiosidade, temos uma raça específica que é o garrano e o lusitano(...)”
Herdade dos Grous	“ Eu diria que bons cavalos, segurança sem dúvida (...) ter a certificação, tanto a nível de formadores, colaboradores, o próprio espaço (...) a nível dos colaboradores, os colaboradores têm que ter qualidade, com formação e qualidade a nível de atendimento, porque este trio constitui toda uma mais valia, é um tripé que a gente consegue manter o nosso negócio. (...) Com bons colaboradores, boas pessoas e bons cavalos a gente consegue pôr qualquer pessoa a fazer tudo.”
Monte Velho Equo Resort	“ É uma coisa que não é só uma, é um misto. A qualidade das instalações, dos cavalos, dos instrutores, da comida até, e da paisagem, a inserção na paisagem, é isto.”
Vale de Ferreiros	“ O facto de não haver uma idade limite para começar a montar e um limite para deixar de montar. A conexão cavaleiro/cavalo. O ambiente que rodeia a atividade, normalmente a natureza.”

5. Análise e discussão dos resultados

Na questão 5.1., por ser uma questão propositadamente mais específica, já se encontraram algumas diferenças nas respostas, sendo que a Gerês Equi'Desafios mencionou o parque nacional, os cavalos selvagens, os passeios que oferecem, a Herdade dos Grous mencionou a paisagem, a natureza envolvente, a Monte Velho Equo Resort mencionou as aulas de dressage e os passeios, e por fim, a Vale de Ferreiros mencionou o facto de ser um negócio familiar e os serviços que oferecem.

Questão 5.1. - E quais as principais motivações que levam à prática do turismo equestre no seu empreendimento?	
Gerês Equi'Desafios	“ é o parque nacional de facto, uma reserva mundial de biosfera, supostamente um sítio único em Portugal, diferenciado de todo o resto, também a questão dos cavalos selvagens, os factos de termos os regimes de passeios livres para andarmos aqui na serra que permite cruzares-te com vários tipos de animais, é essa a motivação (...)”
Herdade dos Grous	“ o cliente basicamente vai à procura de disfrutar, ou seja, ele vai para ao hotel, vem para o Alentejo e vem na procura de disfrutar a paisagem, que é uma das coisas que nós vendemos, a paisagem Alentejana, a planície, as pessoas querem conhecer essa parte, o pôr-do-sol, as cegonhas, a seara, as pessoas querem disfrutar a vista”
Monte Velho Equo Resort	“ o nosso principal foco é dressage, mas também fazemos passeios pelo campo, e as pessoas podem vir com pacotes só de passeios, só de aulas, passeios e aulas, dependendo do que querem, e chegámos à conclusão que às vezes temos mais quartos disponíveis que cavalos”
Vale de Ferreiros	“ Ligação da família com cavalos já de há uns anos. E o facto de percebermos que não havia muitas empresas especializadas em turismo equestre e que oferecessem aulas de saltos, dressage e passeios.”

Na questão 6, observou-se uma concordância total nas 4 entidades em como o turismo equestre é uma componente essencial no negócio que desempenham, chegando a referir que mesmo sendo uma grande aposta em termos monetários (Gerês Equi'Desafios), uma parte do negócio não existiria sem a outra (Monte Velho Equo Resort).

Questão 6 - Considera o turismo equestre uma componente forte aliada ao seu negócio?	
Gerês Equi'Desafios	“ Sim, sempre foi e espero que sempre venha a ser, foi a nossa maior aposta em termos da empresa, onde gastámos mais recursos talvez, onde temos mais horas dedicadas, os cavalos requerem muito tempo e muito trabalho mas sim, das atividades que mais vendemos são os passeios (...) Os turistas costumam dizer que quem vai ao parque nacional e não faz um passeio a cavalo não veio ao parque(...)”
Herdade dos Grous	“(...) o cavalo é algo que cativa muito a atenção das pessoas, das famílias, das crianças, portanto é um animal grande, possante, acaba por chamar muito a atenção, e uma herdade ou um local que tenha cavalos é sem sombra de dúvida uma mais-valia.”
Monte Velho Equo Resort	“ Uma coisa sem a outra não existia (...) E depois também o facto de nós termos o atleta olímpico que começa a ser conhecido e que fez feitos notáveis, hoje em dia é o maior, é a pessoa em Portugal que teve a melhor pontuação a nível dressage, portanto, está no ranking mundial”
Vale de Ferreiros	“Sim.”

5. Análise e discussão dos resultados

Na questão 6.1., os serviços mencionados pelas 4 empresas assentam resumidamente nos passeios, nas aulas de dressage, nos roteiros, aulas de saltos, e outras atividades não ligadas ao turismo equestre.

Questão 6.1. - Quais os serviços associados ao Turismo Equestre prestados pela sua empresa?	
Gerês Equi'Desafios	“ Nos packs de turismo equestre, a única atividade que já está incluída no roteiro de turismo equestre é um tour de jipe (...) O resto, tudo o que o cliente quiser pode-se adaptar”
Herdade dos Grous	“ Nós neste momento temos basicamente 4 serviços, 4 propostas para os clientes: temos os passeios de pónei, temos os batismos equestres, as aulas e os passeios.”
Monte Velho Equo Resort	“ Fizemos algumas parcerias com empresas, também porque temos os quartos e tentamos rentabilizar ao máximo quando não temos clientes de turismo equestre, também pomos no booking e podemos aceitar pessoas de fora. Temos bicicletas para as pessoas usarem, as canoas na barragem, mas isso é tudo gratuito, porque a verdade é que a parte estética é muito apurada e nós temos que cobrar valores altos, portanto, temos que dar um serviço de qualidade.”
Vale de Ferreiros	“ Os pacotes são compostos por aulas de saltos, dressage e passeios. Para além disso podem optar por meia pensão ou pensão completa e alojamento no nosso turismo.”

Na questão 6.2., a resposta é muito semelhante à anterior, ou seja, os serviços mais vendidos são os passeios (devido à paisagem e da diversidade na natureza que envolve estas entidades) e as aulas que oferecem (a um nível já mais desportivo).

Questão 6.2. - E quais são os serviços mais vendidos?	
Gerês Equi'Desafios	“ Nestes últimos anos, os passeios a cavalo sempre foram das atividades mais vendidas (...) o tour também tem muita procura, e a parte dos circuitos de aventuras, mas os passeios a cavalo penso eu que deve ser das que mais pessoas tem anualmente”
Herdade dos Grous	“ Destes todos, realmente são os passeios, vai ao encontro do que estávamos a falar anteriormente, as pessoas realmente querem vir desfrutar da paisagem”
Monte Velho Equo Resort	“ As aulas de Dressage, sem dúvida. Nós vendemos as aulas de Dressage e os passeios, mas acima de tudo, as aulas de Dressage.”
Vale de Ferreiros	“ Os nossos pacotes standard de “Long-weekend” com 3 dias de alojamento e 5 aulas.”

Na questão 7, chegou-se à conclusão que estas empresas comunicam essencialmente para o estrangeiro, nomeadamente o mercado Nórdico, Alemães, Suecos, Britânicos, Franceses, Espanhóis, e também para fora da Europa, como os Estados Unidos, Canadá e Austrália.

5. Análise e discussão dos resultados

Questão 7 - Qual o mercado-alvo para o qual comunica o turismo equestre?	
Gerês Equi'Desafios	“temos plataformas de trabalho fantásticas, trabalhamos com a Trekksoft em termos de venda de atividades, que é das melhores plataformas para as vendas, e trabalhamos em termos do renting das casas com uma plataforma chamada Avantio que também é a melhor plataforma que existe no mercado para o aluguer de casas”
Herdade dos Grous	“ Principalmente, o mercado nórdico, refiro-me especialmente ao alemão. Temos logo a seguir o mercado português, são estes 2 mercados que nos enchem a casa.”
Monte Velho Equo Resort	“30% dos nossos clientes, Suecos e Reino Unido, são talvez 30/30 do nosso mercado, e depois Alemães, Franceses um bocadinho menos, Estados Unidos tivemos um aumento também, talvez em 2019, Canadá, Austrália, já tivemos pessoas de todo o lado. (...) os Espanhóis eu penso que é um bocadinho parecido com Portugal, também não deve ser uma coisa fácil, os cavalos, e portanto não é para toda a gente. Já tivemos, mas muito poucos por acaso”
Vale de Ferreiros	“ Maioritariamente estrangeiro.”

Na questão 7.1., observou-se que estas 4 entidades depositam o seu negócio nas agências equestres e operadores turísticos, sendo que as redes sociais são a via “secundária” para a comunicação do produto, visto que o mercado que pretendem alcançar vai para além do mercado português, o que implica ir mais além que as redes sociais.

Questão 7.1. - Como comunica o seu produto?	
Gerês Equi'Desafios	“ começámos a trabalhar com operadores turísticos e deixámos de o fazer porque tivemos problemas com um operador e decidimos fazer a nossa própria publicidade e trabalhar as nossas plataformas, que estão ligadas a outras plataformas de venda estrangeiras que permitem chegar a bastantes lados.”
Herdade dos Grous	“ redes sociais e o site, quer o site da empresa quer os outros auxiliares, como a Booking, tanto a nível de reservas, tudo o que aborda estes assuntos”
Monte Velho Equo Resort	“ Pelas agências, também temos o Instagram, até estou sempre a dizer que devia investir mais nas imagens do hotel, e como não temos ninguém no TE precisamos dos portugueses na hotelaria.”
Vale de Ferreiros	“ Através de agências de turismo equestre. Normalmente essas agências são responsáveis por áreas geográficas.”

Na questão 7.2., podemos observar que o ponto em comum incide no público ser maioritariamente feminino, dos 30 aos 65 anos, de nacionalidades diversas (referidas na questão 7), com algum poder económico, com um estilo de vida contrário à tranquilidade que procuram nas experiências oferecidas por estas entidades.

5. Análise e discussão dos resultados

Questão 7.2. - De acordo com o que foi dito anteriormente, qual é o perfil do turista que foi possível construir até à data?	
Gerês Equi'Desafios	“ O perfil do turista equestre é maioritariamente feminino, ronda uma média de idades dos 30 aos 50 anos, existem pessoas mais velhas, mas não em grande número. Em termos de países, temos pessoal de todo o mundo (...) americanos, holandeses, belgas, vêm de todo o lado, não há um número maior. Este ano a maior aposta é o turismo nacional, e temos trabalhado muito bem.”
Herdade dos Grous	“ Mas, o que eu lhe posso dizer, a nível de idades e de sexo, estamos aqui em termos de igualdade (...) Claramente temos mais adultos do que crianças (...) são pessoas que vivem em cidades, em centros urbanos, metrópoles, vivem obviamente assoberbadas com o trabalho, cheios de stress(...)temos ali uma parte muito corporativa, temos grupos empresariais que também vão todas as semanas lá”
Monte Velho Equo Resort	“senhoras, 40/50 anos. Inglesas, suecas, tudo grupos de senhoras que vêm uma semana com amigas”
Vale de Ferreiros	“ Maioritariamente mulheres entre as 45 e 65 anos. Normalmente vêm em grupos pequenos e têm algum poder económico.”

Na questão 8, a resposta vai ao encontro da questão 1, onde as entidades concordam que o turismo equestre estava em expansão.

Questão 8 - Como descreveria o estado do Turismo Equestre na sua entidade antes de toda a pandemia?	
Gerês Equi'Desafios	“Em franca expansão, bocado desregulado, toda a gente a fazer turismo equestre só porque dava dinheiro e porque tinha um sítio agradável para fazer turismo equestre ou bons cavalos”
Herdade dos Grous	“Já respondi previamente”
Monte Velho Equo Resort	Ocorreu uma falha técnica na chamada e não possível transcrever.
Vale de Ferreiros	“ Estávamos em crescimento.”

Na questão 8.1., a resposta dada pelas 4 entidades esteve em pé de igualdade, sendo que os principais pontos referidos foram a quebra de clientes, tanto nacionais como estrangeiros, e a conseqüente quebra de lucro. No entanto, mesmo perante estas dificuldades, foi motivador perceber como estas empresas quiseram continuar a inovar e a reinventar de modo a voltarem ao ativo o mais brevemente possível e nunca perderem o ritmo.

5. Análise e discussão dos resultados

Questão 8.1. - Face a pandemia que atravessamos desde o ano passado, que trouxe impactos económico-sociais indescritíveis, quais foram as/os grandes diferenças/impactos que mais sentiu na sua entidade?	
Gerês Equi'Desafios	“ É veres uma casa cheia a ficar vazia, é a diferença, uma casa que tinha sempre clientes, mesmo de inverno, mais ao fim-de-semana mas sempre tivemos clientes, e agora ter um espaço e não veres ninguém faz muita confusão.”
Herdade dos Grous	“ A quebra de clientes, completamente, é transversal a toda a gente, e as receitas, uma coisa interage à outra, eu acho que diria que são as principais quebras que a gente teve. Consequência da pandemia, é transversal a toda a gente. Não há setor nenhum que não tenha ficado tocado pela pandemia, mas é arregaçar as mangas e vamos para a frente.”
Monte Velho Equo Resort	“ Nós como vivemos 90% do estrangeiro foi uma desgraça, uma desgraça para aquilo que estávamos habituados, não tanto em termos financeiros mas em termos de reinvenção, de termos que dar um tipo de tratamento diferente aos clientes nacionais, que precisam de mais atenção e a parte toda da melhoria da cozinha (...) Mas o mais difícil foi em vez de cruzarmos os braços e pensar vamos fechar 1 ano, não vale a pena, foi reinventarmo-nos e eu acho que correu bem.”
Vale de Ferreiros	“ O ano passado tivemos 15/20% do número de estrangeiros que tínhamos num ano normal.”

Na questão 8.2., a questão final, foi possível perceber que embora ainda não existisse uma estratégia obrigatória a ser aplicada, as 4 entidades planeavam continuar com o trabalho que tinham desenvolvido até à altura e continuar com os projetos que já planeavam desenvolver antes de toda a pandemia, e, claro, aguardar por épocas mais lucrativas e repletas de turistas.

Questão 8.2. - E quais as estratégias que considera mais pertinentes aplicar na sua empresa para a recuperação do turismo equestre?	
Gerês Equi'Desafios	“ Não temos um plano de recuperação (...) Em termos de promoção estrangeira, estou a preparar com uns colegas meus, pensar em vender caminhos de Santiago a cavalo, pensar em criar uma grande rota aqui no parque nacional a cavalo (...) Uma das coisas que eu mais queria fazer era pegar numa carrinha de 9 lugares e levar as pessoas a montarem em várias regiões do país”
Herdade dos Grous	“ Na nossa entidade, já pensámos em algumas estratégias, só que a empresa realmente é gigante e não é só a Herdade dos Grous, está associado a muitas outras empresas e digamos que as coisas não se podem mudar assim tão linearmente, tão facilmente (...) O que lhe posso dizer é que até à data não foi feita uma estratégia concreta em alteração”
Monte Velho Equo Resort	“ É assim, as estratégias passam por haver outra vez estrangeiros a chegar, não há grande volta a dar, nós até somos altamente a favor do passaporte das vacinas porque os nossos clientes são maioritariamente pessoas mais velhas, ainda por cima, mais uma razão, e pronto, não há muito mais a dizer. Nós dependemos inteiramente, muito, nós não podíamos viver só dos portugueses, e não podíamos viver sem o turismo equestre, tal como o hotel não se pagava a si mesmo sem o turismo equestre.”
Vale de Ferreiros	“ Infelizmente não depende muito de nós para já. Primeiro terão que abrir as fronteiras. Para já temos partilhado todas as melhorias que estamos a fazer no espaço, partilhar os cavalos e as suas evoluções.”

5. Análise e discussão dos resultados

5.1.2. Análise dos questionários

No ponto seguinte será feita toda a análise dos questionários aplicados através da ferramenta IBM SPSS Statistics 26 e também com o auxílio da ferramenta Excel, com os devidos comentários a cada questão.

5.1.2.1. Caracterização sociodemográfica da amostra

Para a caracterização da amostra recolhida para este estudo, foram considerados diversos itens, entre eles a análise sociodemográfica, a experiência turística, e posteriormente a análise das variáveis em estudo: a motivação e a imagem de destino.

Género:

De acordo com a análise dos dados obtidos, dos 116 indivíduos que compõem a amostra, 76 pertencem ao sexo feminino (66%) e 40 pertencem ao sexo masculino (34%) (Gráfico 1).

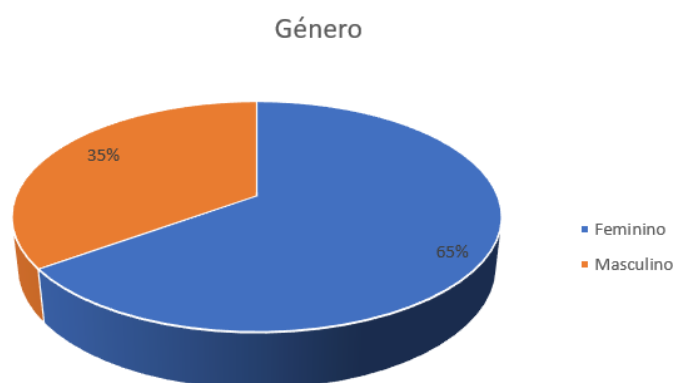


Gráfico 1 - Género dos inquiridos

Fonte - Própria

Ao analisar as faixas etárias dos indivíduos (Gráfico 2), foi possível chegar à conclusão que cerca de 33% dos participantes encontram-se na faixa etária até aos 25 anos, 25% entre os 36-45 anos, 19% entre os 26-35 anos e também entre os 46-55 anos, 3% entre os 56-65 anos, e por fim, 1% com mais do que 65 anos.

5. Análise e discussão dos resultados

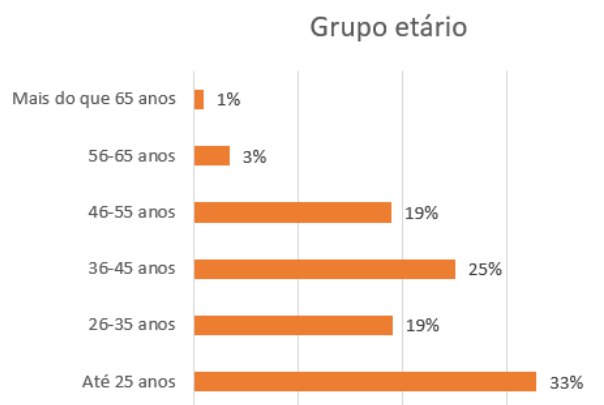


Gráfico 2 - Faixa etária dos inquiridos

Fonte - Própria

Na análise ao nível de escolaridade (Tabela 11), 64,7% dos inquiridos selecionou a opção referente ao Ensino Superior, 31% afirmou ter até 9 anos de escolaridade, e cerca de 4,3% afirmou ter o Ensino Secundário. Registou-se um inquirido em que esta e outras questões não foram respondidas.

Tabela 11 - Nível de escolaridade dos inquiridos

	Frequência	Percentagem válida
Até 9 anos de escolaridade, inclusive	5	31,0%
Até 12 anos de escolaridade, inclusive	36	4,3%
Ensino Superior	75	64,7%
Total	116	100%

Fonte - Própria

Relativamente ao concelho de residência, os dados foram variados, como é possível observar na tabela 12 abaixo, pelo que foi necessário a construção de um gráfico com as áreas regionais de forma a facilitar a compreensão de onde vêm os inquiridos.

5. Análise e discussão dos resultados

Tabela 12 - Concelho de residência dos inquiridos

	Frequência	Percentagem
Alenquer	1	1%
Amadora	1	1%
Arcos de Valvedez	1	1%
Aveiro	1	1%
Avis	1	1%
Braga	1	1%
Brasil	2	2%
Cantanhede	2	2%
Castro Daire	2	2%
Covilhã	1	1%
Elvas	1	1%
Espinho	2	2%
Fafe	1	1%
Fundão	1	1%
Guimarães	1	1%
Lagoa, Algarve	1	1%
Lagos	1	1%
Leiria	4	3%
Lisboa	12	10%
Loures	1	1%
Lousada	2	2%
Macedo de Cavaleiros	1	1%
Maceira	1	1%
Mafra	1	1%
Mangualde	1	1%
Marvão	1	1%
Matosinhos	1	1%
Nelas	1	1%

5. Análise e discussão dos resultados

	Frequência	Percentagem
Oeiras	3	3%
Paços de Ferreira	1	1%
Pombal	1	1%
Portalegre	1	1%
Porto	5	4%
Santa Comba Dão	1	1%
Santarém	2	2%
São Pedro da Cova	1	1%
São Pedro do Sul	1	1%
Seia	1	1%
Sesimbra	1	1%
Setúbal	1	1%
Sintra	3	3%
Tondela	20	17%
Viana do Alentejo	1	1%
Vila do Conde	2	2%
Vila Franca de Xira	3	3%
Vilar Formoso	1	1%
Viseu	19	17%
Total	115	100%

Fonte - Própria

Assim sendo, e de acordo com o Gráfico 3 abaixo, cerca de 50,4% dos inquiridos residem na Região Centro, 23,9% na Região de Lisboa, 16,5% na Região do Norte, 6,1% na Região do Alentejo, 1,7% na Região do Algarve e ainda 1,7% do Brasil.

5. Análise e discussão dos resultados

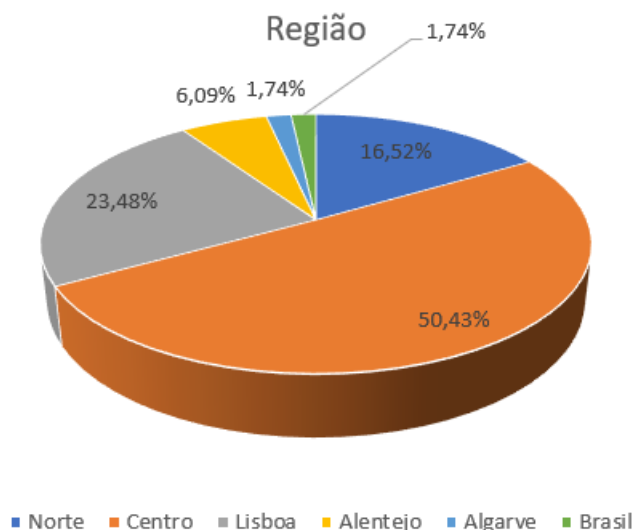


Gráfico 3 - Região dos inquiridos

Fonte - Própria

Relativamente à ocupação profissional (Tabela 13), as profissões mais mencionadas são Empresário em nome individual (18,1%), Estudante (14,7%), Funcionário Público (13,8%) e também Quadro Médio/Superior (12,9%).

Tabela 13 - Ocupação profissional dos inquiridos

	Frequência	Percentagem
Empresário em nome individual	21	18,1%
Profissional liberal	13	11,2%
Quadro médio/superior	15	12,9%
Funcionário comercial ou administrativo	10	8,6%
Funcionário público	16	13,8%
Operário	1	0,9%
Pensionista/Reformado	1	0,9%
Estudante	17	14,7%
Outros	22	19,0%
Total	116	100%

Fonte - Elaboração própria

5. Análise e discussão dos resultados

Ao analisar o rendimento líquido individual (Gráfico 4), foi possível constatar que a maioria dos indivíduos (33,6%) tem um rendimento entre os 1001 e os 2000 euros, seguidos dos 31,9% que assumem o rendimento compreendido de 701 a 1000 euros, e os 23,3% referentes ao rendimento até aos 700 euros.

A restante minoria refere-se ao rendimento compreendido entre os 2001 e os 3000 euros (6,9%) e também o rendimento acima dos 3000 euros (4,3%).

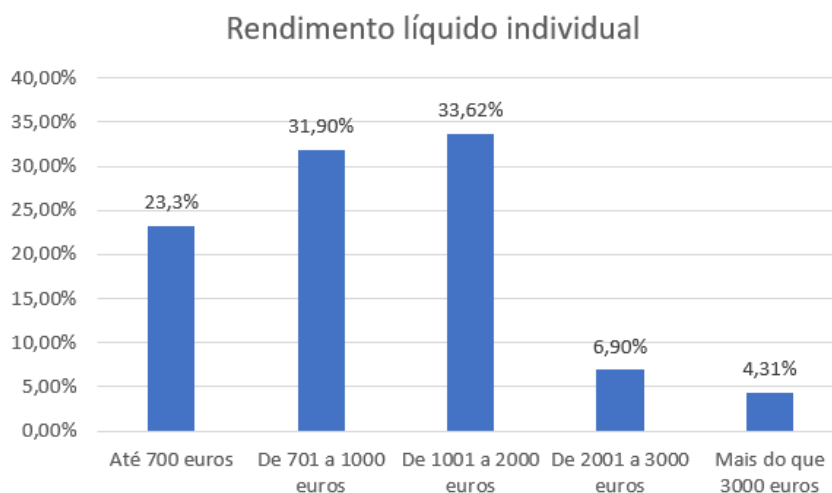


Gráfico 4 - Rendimento individual dos inquiridos

Fonte - Própria

5.1.2.2. Caracterização dos hábitos no turismo equestre

De forma a poder separar a amostra, foi criada esta questão inicial para que os inquiridos pudessem selecionar o tipo de turista equestre com que mais se identificavam, e assim, também, poder contribuir para este estudo ao decifrar se a amostra é mais ativa, passiva, ou se se identifica como ambos. Assim sendo, chegou-se à conclusão que cerca de 40,2% da amostra é passiva, 35% ativa e 24,8% ativa e passiva (Gráfico 5).

5. Análise e discussão dos resultados

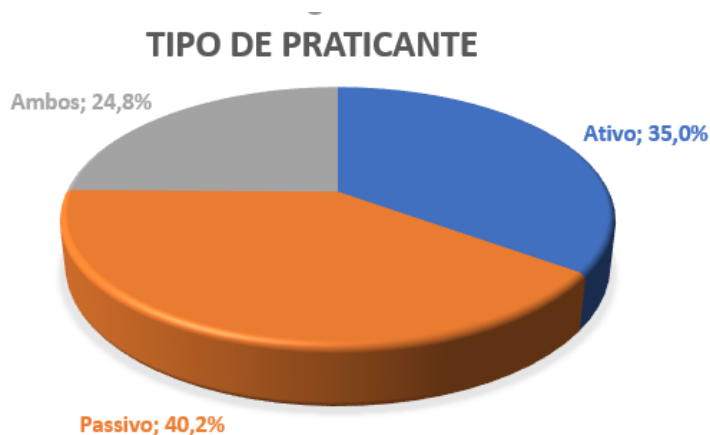


Gráfico 5 - Tipo de praticante
Fonte - Própria

Ao fazer um cruzamento das variáveis Tipo de praticante e Género (Tabela 14), foi possível perceber que a amostra é, em género, maioritariamente feminina e, em tipo, passiva, sendo que cerca de 41 inquiridos são turistas ativos, 46 são passivos, e cerca de 29 consideram-se ambos ativo e passivo.

Tabela 14 - Cruzamento das variáveis género e tipo de praticante

É praticante ativo ou passivo de turismo equestre? (ou seja, ativo caso pratique a atividade, e passivo caso seja acompanhante nestas atividades equestres ou seja espectador) * Género Crosstabulation

Count

		Género		Total
		Feminino	Masculino	
É praticante ativo ou passivo de turismo equestre? (ou seja, ativo caso pratique a atividade, e passivo caso seja acompanhante nestas atividades equestres ou seja espectador)	Ambos	21	8	29
	Ativo	28	13	41
	Passivo	27	19	46
Total		76	40	116

Fonte - Própria

5. Análise e discussão dos resultados

De forma a perceber quais as atividades mais praticadas, foi criada esta questão com diversos tipos de modalidades na área equestre. Assim sendo, foi possível averiguar no Gráfico 6 abaixo que os praticantes ativos preferem Montar por lazer (65,9%), Obstáculos (61,0%) e também Dressage (51,2%).

Podemos ainda observar alguma tendência para a Equitação de Trabalho (14,6%) e também para o Volteio Artístico (12,2%).

Qual (ou quais) a(s) modalidade(s) que pratica ou já praticou?
41 respostas

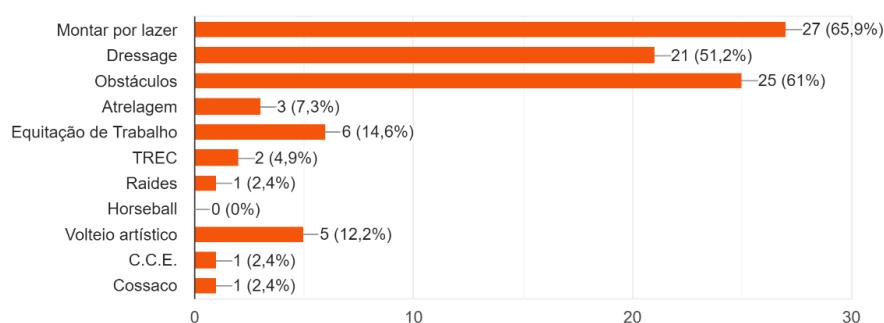


Gráfico 6 - Modalidades praticadas pela categoria Ativos

Fonte - Própria

Já na amostra referente ao praticante ativo e passivo (Gráfico 7), observou-se a mesma tendência, no entanto, a grande maioria considera Montar por lazer (89,7%) a atividade mais praticada, seguida do Dressage e Obstáculos (ambos 37,9%). Confirma-se igualmente uma pequena tendência para a Equitação de Trabalho (17,2%), mas menos para o Volteio Artístico (6,9%).

De notar que esta questão estava apenas disponível para a categoria Ativo e Ambos.

Qual (ou quais) a(s) modalidade(s) que pratica ou já praticou? Assinale com um X.
29 respostas

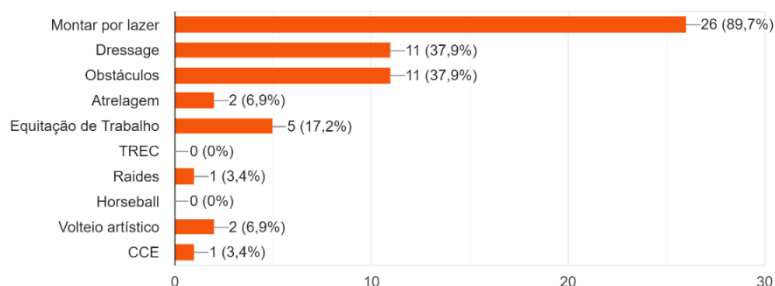


Gráfico 7 - Modalidades praticadas pela categoria Ambos

Fonte - Própria

5. Análise e discussão dos resultados

Relativamente à frequência de prática do turismo equestre (tabela 15), de acordo com os dados obtidos, perto de 20% dos praticantes ativos praticam frequentemente, sendo que ao mencionar a opção “Outra”, foi possível constatar diversas respostas que citavam “Diariamente”, e também que aproximadamente 21% dos praticantes ativos e passivos praticam com pouca regularidade.

Tabela 15 - Frequência de prática de turismo equestre

	Frequência		Porcentagem	
	Ativos	Ambos	Ativos	Ambos
Com pouca regularidade (menos de 1 vez por mês)	11	14	16,2%	20,6%
Com alguma regularidade (1 a 2 vezes por mês)	7	1	10,3%	1,5%
Frequentemente (3 ou mais vezes por mês)	13	10	19,1%	14,7%
Outra	9	3	13,2%	4,4%
Total	40	28	58,8%	41,2%
	68		100%	

Fonte - Própria

Ao questionar quais as raças mais conhecidas pelos inquiridos, foi possível chegar à conclusão que as 3 mais mencionadas foram o Puro-Sangue Lusitano, o Cavalo Sorraia e a raça Garrano. Posteriormente foi questionado se estas raças teriam sido um fator decisivo na última experiência equestre (Tabela 16-Gráfico 8), onde foi possível constar que para os 3 tipos de praticantes a resposta foi unânime, sendo Não para os Ativos (35,1%), Passivos (39,5%) e Ambos (24,8%).

Questão: Foram estas raças um fator decisivo na sua última experiência equestre?

Tabela 16 - Fator decisivo na experiência equestre

	Frequência			Porcentagem		
	Ativos	Passivos	Ambos	Ativos	Passivos	Ambos
Sim	9	14	9	7,7%	11,9%	7,7%
Não	32	32	20	27,4%	27,6%	17,1%
	41	46	29	35,1%	39,5%	24,8%
Total	116			100%		

Fonte - Própria

5. Análise e discussão dos resultados

Foram estas raças um fator decisivo na sua última experiência equestre?

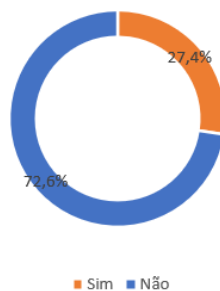


Gráfico 8 - Percentagem do fator decisivo Raças

Fonte - Própria

Com o fim de entender quais os meios de aquisição que os inquiridos utilizaram para adquirir a experiência de turismo equestre, foi criada esta questão *“Por que meio/meios costuma adquirir as suas experiências equestres?”*, onde o indivíduo era facultado com cerca de 8 opções, sendo que era permitido selecionar todos os itens, se aplicáveis.

Foi possível concluir que a maioria dos inquiridos adquiriu as suas experiências através de amigos (34,3%) e família (16,8%), seguidos das feiras equestres (15,3%) e pela internet (14,6%). Os restantes adquiriram através de jornais/revistas (6,6%), operadores turísticos (5,8%), agências de viagem (4,4%) e também postos de turismo (2,2%) (Tabela 17).

Tabela 17 - Meios de aquisição da experiência

	Frequência	Percentagem
Operador turístico	8	5,8%
Agência de viagem	6	4,4%
Internet	20	14,6%
Jornais/Revistas	9	6,6%
Família	23	16,8%
Posto de turismo	3	2,2%
Amigos	47	34,3%
Feiras equestres	21	15,3%
Total	137	100%

Fonte - Própria

5. Análise e discussão dos resultados

Por forma a perceber quais os serviços complementares que os inquiridos usam aquando numa experiência de turismo equestre, foi criada esta questão “*Quando realiza uma viagem com motivações de turismo equestre, quais as atividades que usufrui? Responda numa escala de 1 a 5, sendo 1- Não utilizo e 5 – Utilizo sempre*”, onde o indivíduo era facultado com cerca de 5 opções, a avaliar de 1 a 5.

Na Tabela 18 abaixo é possível verificar que entre os 5 fatores indicados, cerca de 51,3% escolheu mencionar outras opções, seguidos dos 29,1% que indicam não utilizar serviços de transporte, 19,7% utilizar os serviços de restauração e igualmente locais de cultura, 18,8% não utilizar serviços de alojamento, seguidos dos 14,6% que utilizam sempre serviços de alojamento.

Relativamente à média, verifica-se que todos os itens apresentam valores inferiores à média, portanto, por norma, recorrem pouco aos serviços complementares à experiência equestre.

Tabela 18 - Questão referente aos serviços complementares à experiência equestre

	Escala					Média
	1	2	3	4	5	
	Porcentagem					
Alojamento	18,8%	6,9%	12,8%	22,3%	14,6%	2,25
Restauração	12,8%	7,7%	18,8%	19,7%	16,2%	2,41
Serviços de transporte	29,1%	11,1%	12,8%	12,0%	10,3%	1,86
Locais de cultura	15,4%	9,4%	19,7%	19,7%	11,1%	2,22
Outra	51,3%	5,1%	8,5%	6,8%	3,4%	1,28

Fonte - Própria

Ao questionar sobre a região escolhida para a última experiência equestre, foi possível observar através do Gráfico 9 que cerca de 40,2% escolheu a região Centro, 25,6% a região do Alentejo, 20,5% a região do Porto e Norte, 10,3% a região de Lisboa e cerca de 3,4% a região do Algarve.

5. Análise e discussão dos resultados

Qual a região escolhida para a prática do turismo equestre na sua última viagem?

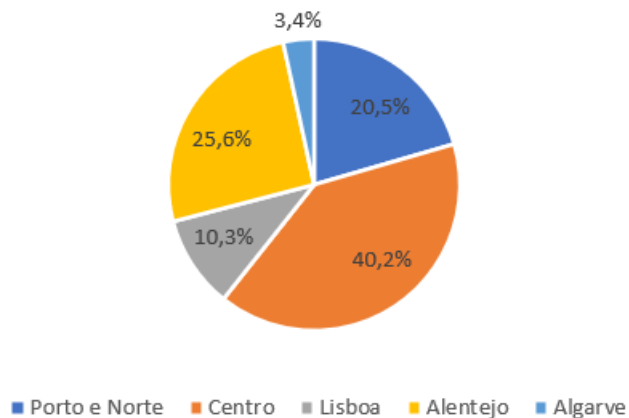


Gráfico 9 - Região escolhida para a prática do turismo equestre

Fonte - Própria

Por forma a entender quais os empreendimentos mais utilizados pelos turistas equestres, foi criada esta questão abaixo, analisada no Gráfico 10.

Foi então possível concluir que, para os turistas ativos, a última experiência ocorreu maioritariamente num centro hípico (56,1%), seguida da coudelaria (14,6%) e também numa Unidade de Alojamento Rural (12,2%).

Para os turistas ativos e passivos a tendência é semelhante, sendo que 51,7% dos inquiridos escolheu o Centro Hípico, 10,3% a Unidade de Alojamento Rural e 6,9% a Escola Portuguesa de Arte Equestre.

5. Análise e discussão dos resultados

Na sua última viagem, qual o tipo de empreendimento que escolheu para a prática de turismo equestre?

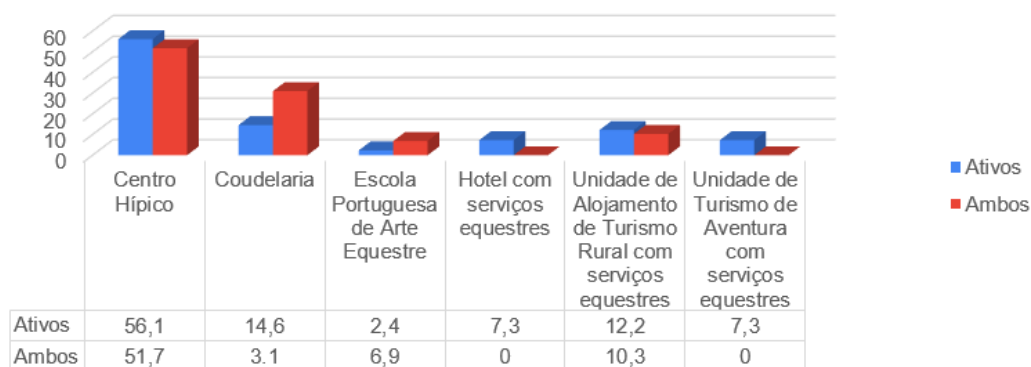


Gráfico 10 - Tipo de empreendimento escolhido

Fonte - Própria

Por forma a avaliar qual a maior razão para a escolha do último empreendimento visitado, foi criada a questão “Qual a principal razão (ou razões) da escolha deste empreendimento? Responda numa escala de 1 a 5, sendo 1 - nada importante; 5 - muito importante”, sendo que através da Tabela 19 é possível observar uma maior tendência para o item “Cavalos”, “Qualidade dos Serviços”, “Qualidade do tratamento dos equinos”, “Professores/monitores/cavaleiros”, “Apresentação dos cavalos”, “Condições do estabelecimento” e também “Reputação”. Os restantes itens apresentaram-se todos com valores mais baixos, ou seja, os itens onde houve uma menor sensação de importância na escolha do último empreendimento.

5. Análise e discussão dos resultados

Tabela 19 - Principal razão da escolha do empreendimento

	Média	Desvio-Padrão	N
Reputação	3,98	1,11	70
Proximidade geográfica	3,54	1,32	
Preço	3,39	1,30	
Recomendação de amigos e/ou familiares	3,59	1,32	
Curiosidade	3,73	1,09	
Visitas anteriores	3,27	1,42	
Empreendimento familiar	2,73	1,42	
Qualidade dos serviços	4,22	1,01	
Cavalos	4,37	1,11	
Professores/monitores/cavaleiros	4,10	1,18	
Apresentação dos cavalos	4,37	1,08	
Condições do estabelecimento	4,24	1,08	
Qualidade do tratamento dos equinos	4,42	1,00	
Outra	2,32	1,68	

Fonte - Própria

5.1.3. A motivação

Para 71,6% dos 116 inquiridos que indicam ter praticado turismo equestre em Portugal, o fator “Proximidade com os cavalos” é considerada uma motivação muito importante aquando a escolha de um destino para a prática do turismo equestre. Outros fatores aos quais é atribuído, em grande maioria, “muito importante”, são: “Descanso e contacto com a natureza” (64,7%), “Passeios a cavalo na natureza” (62,9%), “Relaxamento” (59,5%), “Tranquilidade” (58,6%) e também “Eventos equestres (desportivos ou de lazer)” (50%). Já na categoria de Nada Importante, podemos observar alguns fatores considerados sem importância na motivação de um indivíduo para viajar a um destino de turismo equestre, tais como: “Comprar cavalos” (50,9%), “Ser uma novidade” (23,3%), “Acompanhar família e/ou amigos para provas equestres” (21,6%) e também “Curiosidade para novas formas de turismo” (16,4%).

5. Análise e discussão dos resultados

Analisando os 21 itens considerados no estudo da variável Motivação, aferidos através de uma escala de Likert com 5 níveis, constata-se que os itens: Proximidade com os cavalos (4,58), Descanso e contacto com a natureza (4,40) e Tranquilidade (4,38) apresentam os valores mais elevados de média e menor variabilidade, por apresentar menores valores de desvio padrão, 0,771, 0,977 e 0,901 respetivamente (Tabela 20).

Questão: *Quais são as suas principais motivações quando faz uma viagem para um destino de turismo equestre (indique numa escala 1 = nada importante; 5 = muito importante).*

Tabela 20 - Fatores que motivaram uma viagem a um destino de turismo equestre

	Escala					Média	Desvio-Padrão	N
	1	2	3	4	5			
	Percentagem							
Relaxamento	3,4%	26,0%	27,0%	27,0%	59,5%	4,27	1,058	116
Socialização	6,0%	4,3%	18,1%	28,4%	43,1%	3,98	1,157	
Aprendizagem	6,0%	1,7%	20,7%	24,1%	47,4%	4,05	1,141	
Aproximação com a família	11,2%	6,0%	19,8%	25,9%	37,1%	3,72	1,324	
Ser uma novidade	23,3%	9,5%	19,0%	17,2%	31,0%	3,23	1,551	
Sentimentos de alegria proporcionados pelo destino	2,6%	1,7%	12,9%	26,7%	56,0%	4,32	0,947	
Reputação do local	7,8%	2,6%	20,7%	31,9%	37,1%	3,88	1,173	
Tranquilidade	1,7%	2,6%	10,3%	26,7%	58,6%	4,38	0,901	
Fugir à rotina	5,2%	5,2%	11,2%	22,4%	56,0%	4,19	1,149	
Descanso e contacto com a natureza	2,6%	2,6%	12,1%	18,1%	64,7%	4,40	0,977	
Passeios a cavalo na natureza	4,3%	5,2%	8,6%	19,0%	62,9%	4,31	1,107	
Prática de desporto equestre (aulas, provas)	12,9%	7,8%	12,1%	22,4%	44,8%	3,78	1,419	
Eventos equestres (desportivos ou de lazer)	9,5%	2,6%	16,4%	21,6%	50,0%	4,00	1,279	
Proximidade com os cavalos	0,9%	0,9%	9,5%	17,2%	71,6%	4,58	0,771	
Aprofundar conhecimentos pré-adquiridos com as raças portuguesas	8,6%	4,3%	24,1%	25,9%	37,1%	3,78	1,236	
Comprar cavalos	50,9%	8,6%	15,5%	11,2%	13,8%	2,28	1,514	
Acompanhar família e/ou amigos para provas equestres	21,6%	12,9%	14,7%	18,1%	32,8%	3,28	1,558	
Usufruir de outros tipos de turismo (como sol e mar)	12,9%	10,3%	27,6%	18,1%	31,0%	3,44	1,366	
Curiosidade para novas formas de turismo	16,4%	6,9%	24,1%	24,1%	28,4%	3,41	1,396	
Proximidade cultural	11,2%	6,0%	28,4%	21,6%	32,8%	3,59	1,306	
Contacto com modos de vida alternativos	12,9%	7,8%	21,6%	23,3%	34,5%	3,59	1,371	

Fonte – Própria

5. Análise e discussão dos resultados

5.1.4. A imagem de destino

Para 69,8% dos 116 inquiridos os fatores “O clima ser agradável” e “Boa hospitalidade” são considerados atributos muito importantes a serem considerados para um retorno a um destino de turismo equestre.

Outros fatores aos quais é atribuído, em grande maioria, “muito importante”, são: ‘Segurança e proteção’ (69%), ‘Boa relação custo/benefício’ (68,1%), ‘Boa informação e apoio turístico’ (62,1%), ‘A simpatia da população local’ (60,3%) e também ‘Boas práticas ambientais’ (58,6%).

Já na categoria de Nada Importante, podemos observar alguns atributos considerados sem importância no retorno a um destino de turismo equestre, tais como: ‘Reputação da região’ (9,5%), ‘Reputação do turismo equestre na região’ (6,9%), ‘Acompanhar família e/ou amigos para provas equestres’ (21,6%) e também ‘Raças de cavalos existentes’ (6,0%).

Analisando os 18 itens considerados no estudo da variável relacionada com os atributos de um destino equestre, aferidos através de uma escala de Likert com 5 níveis, constata-se que os itens: Boa hospitalidade (4,60), Boa informação e apoio turístico (4,60), Segurança e proteção (4,53) e Instalações do alojamento (4,53) apresentam os valores mais elevados de média e menor variabilidade, por apresentar menores valores de desvio padrão, respetivamente: 0,71; 0,71; 0,88 e 0,88 (Tabela 21).

Questão: *Quais os atributos de um destino de turismo equestre que valoriza para um eventual retorno a essa mesma região? (indique numa escala 1 = nada importante; 5 = muito importante).*

5. Análise e discussão dos resultados

Tabela 21 - Atributos valorizados num destino de turismo equestre

	Escala					Média	Desvio-Padrão	N
	1	2	3	4	5			
	Percentagem							
Segurança e proteção	2,6%	1,7%	5,2%	20,7%	69,0%	4,53	0,88	116
O clima ser agradável	1,7%	0,0%	7,8%	20,7%	69,8%	4,35	0,87	
Boa hospitalidade	0,9%	0%	7,8%	20,7%	69,8%	4,60	0,71	
A simpatia da população local	1,7%	0,9%	11,2%	25,0%	60,3%	4,43	0,86	
Boas práticas ambientais	2,6%	0,9%	8,6%	28,4%	58,6%	4,41	0,89	
Atividades realizadas no destino	2,6%	4,3%	17,2%	30,2%	44,8%	4,11	1,02	
Reputação da região	9,5%	8,6%	23,3%	25,9%	31,9%	3,63	1,28	
A qualidade dos serviços prestados	2,6%	2,6%	19,0%	29,3%	45,7%	4,14	0,99	
A variedade de serviços de turismo equestre	3,4%	0,9%	15,5%	24,1%	55,2%	4,28	1,00	
Raças de cavalos existentes	6,0%	6,0%	24,1%	30,2%	32,8%	3,78	1,15	
Reputação do turismo equestre na região	6,9%	3,4%	19,0%	30,2%	39,7%	3,93	1,17	
Tradição equestre	5,2%	4,3%	18,1%	25,9%	45,7%	4,03	1,14	
Eventos equestres	6,0%	2,6%	12,9%	28,4%	49,1%	4,13	1,13	
Fácil acesso às redes de comunicações	5,2%	3,4%	12,9%	31,0%	46,6%	4,11	1,10	
Instalações do alojamento	3,4%	6,9%	15,5%	31,9%	41,4%	4,53	0,88	
Boa acessibilidade e transportes	4,3%	0,9%	20,7%	27,6%	45,7%	4,35	0,87	
Boa informação e apoio turístico	1,7%	0,9%	11,2%	23,3%	62,1%	4,60	0,71	
Boa relação custo/benefício	0,0%	3,4%	8,6%	19,0%	68,1%	4,43	0,86	

Fonte – Própria

Em relação ao nível de satisfação, para 58,6% dos 116 inquiridos que indicam ter praticado turismo equestre em Portugal, o fator “Concursos equestres” é considerado uma experiência muito satisfatória de turismo equestre. Outros fatores aos quais é atribuído, em grande maioria, “Muito satisfeito”, são: “Passeios a cavalo no campo” (51,7%), “Equitação de trabalho” (41,4%), “Aulas de volteio” (37,9%) e “Passeios a cavalo na praia” (31%).

Já na categoria de Nada Satisfeito, podemos observar algumas experiências consideradas nada satisfatórias para os inquiridos, tais como: “Equitação Terapêutica” (19,0%), “Randoneés” (17,2%) e “Provas equestres” (16,4%).

Analisando estes 15 itens, aferidos através de uma escala de Likert com 5 níveis, constata-se que os itens: Passeios a cavalo no campo (4,33), Concursos equestres

5. Análise e discussão dos resultados

(4,26), Equitação de trabalho (4,09) e Aulas de volteio (3,98) apresentam os valores mais elevados de média e menor variabilidade, por apresentar menores valores de desvio padrão, respetivamente: 1,02; 1,06; 1,26 e 1,28 (Tabela 22).

Questão: *Numa escala de 1 a 5 (1- Nada satisfeito e 5 - Muito satisfeito), selecione o seu nível de satisfação relativamente à sua última experiência de turismo equestre.*

Tabela 22 - Nível de satisfação quanto à última experiência equestre

	Escala					Média	Desvio-Padrão	N
	1	2	3	4	5			
	Percentagem							
Passeios a cavalo na praia	7,8%	0,9%	10,3%	15,5%	31,0%	3,93	1,33	116
Passeios a cavalo no campo	4,3%	1,7%	5,2%	27,6%	51,7%	4,33	1,02	
Passeios de charrete	10,3%	4,3%	12,9%	17,2%	21,6%	3,53	1,41	
Randoneés	17,2%	8,6%	9,5%	3,4%	5,2%	2,33	1,38	
Aulas de volteio	7,8%	2,6%	11,2%	19,8%	37,9%	3,98	1,28	
Aulas de Dressage	10,3%	3,4%	8,6%	17,2%	30,2%	3,77	1,43	
Aulas de equitação	15,5%	3,4%	7,8%	12,1%	13,8%	3,10	1,60	
Provas equestres	16,4%	4,3%	4,3%	9,5%	23,3%	3,33	1,71	
Batismo equestre	15,5%	1,7%	7,8%	12,1%	17,2%	3,25	1,63	
Estágio	13,8%	7,8%	6,9%	11,2%	15,5%	3,13	1,58	
Equitação de trabalho	6,9%	2,6%	8,6%	18,1%	41,4%	4,09	1,26	
Equitação terapêutica	19,0%	1,7%	8,6%	7,8%	12,9%	2,88	1,67	
Visitas (coudelaria ou outro local)	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00	0,00	
Concursos equestres	3,4%	2,6%	17,2%	17,2%	58,6%	4,26	1,06	
Outras atividades lúdicas	6,0%	4,3%	18,1%	27,6%	43,1%	3,93	1,33	

Fonte - Própria

Para 73,3% dos 116 inquiridos que indicam ter praticado turismo equestre em Portugal, o fator “Paisagem” é considerado um atributo muito adequado a Portugal enquanto destino de turismo equestre. Outros atributos aos quais é atribuído, em grande maioria, “Concordo totalmente”, são: “Cavalos de raça Portuguesa” (5,6%), “Tradição equestre” (56,9%), “Atrações históricas” (49,1%), “Boas infraestruturas” (45,7%) e também “Cavaleiros renomeados e/ou mestres de equitação”(44,8%). Já na categoria de Discordo Totalmente, podemos observar alguns atributos considerados inadequados a Portugal enquanto destino de turismo equestre, tais como: “Preço acessível dos transportes” (5,2%), “Preço acessível para a prática do turismo equestre” (4,3%) e também “Preço acessível para compras” (3,4%).

Analisando estes 16 itens considerados no estudo da variável Imagem de Destino, aferidos através de uma escala de Likert com 5 níveis, constata-se que os itens:

5. Análise e discussão dos resultados

Paisagem (4,63), Meios de promoção do turismo equestre (4,63), Cavalos de raça Portuguesa (4,30) e Eventos equestres (4,30) apresentam os valores mais elevados de média e menor variabilidade, por apresentar menores valores de desvio padrão, respetivamente: 0,69; 0,69; 1,03 e 1,03 (Tabela 23).

Questão: *Dos atributos referidos, quais os que mais se adequam a Portugal enquanto destino de turismo equestre? (indique numa escala 1 = discordo totalmente; 5 = concordo totalmente).*

Tabela 23 - Fatores que relacionam os atributos mais indicados a Portugal enquanto destino de turismo equestre

	Escala					Média	Desvio-Padrão	N
	1	2	3	4	5			
	Porcentagem							
A paisagem	0,0%	1,7%	6,9%	17,2%	73,3%	4,63	0,69	116
Cavalos de raça Portuguesa	2,6%	4,3%	12,9%	20,7%	58,6%	4,30	1,03	
Atrações históricas	0,9%	4,3%	14,7%	30,2%	49,1%	4,23	0,92	
Boas infraestruturas	0,9%	3,4%	17,2%	31,9%	45,7%	4,19	0,91	
Cavaleiros renomeados e/ou mestres de equitação	5,2%	5,2%	19,0%	25,0%	44,8%	4,00	1,15	
Preço acessível da alimentação e do alojamento	2,6%	2,6%	24,1%	29,3%	40,5%	4,03	1,00	
Preço acessível para a prática do turismo equestre	4,3%	3,4%	27,6%	31,0%	32,8%	3,85	1,06	
Preço acessível para compras	3,4%	8,6%	29,3%	29,3%	28,4%	3,71	1,08	
Preço acessível dos transportes	5,2%	7,8%	30,2%	29,3%	26,7%	3,65	1,12	
Boa variedade de centros hípicas	1,7%	8,6%	25,0%	30,2%	33,6%	3,86	1,04	
Tradição equestre	1,7%	4,3%	16,4%	19,8%	56,9%	4,27	1,00	
Boa diversidade de atividades rurais	2,6%	6,0%	19,8%	36,2%	34,5%	3,95	1,02	
Diversidade de empreendimentos de turismo equestre	2,6%	11,2%	24,1%	31,9%	29,3%	3,75	1,08	
Reputação do destino	2,6%	4,3%	19,0%	37,9%	35,3%	4,00	0,98	
Meios de promoção do turismo equestre	1,7%	9,5%	31,0%	26,7%	30,2%	4,63	0,69	
Eventos equestres	1,7%	5,2%	18,1%	30,2%	44,0%	4,30	1,03	

Fonte - Própria

5. Análise e discussão dos resultados

5.2. Análise fatorial das variáveis motivação e imagem de destino

De seguida, procede-se à análise fatorial que explica os itens das variáveis motivação e imagem de destino. Primeiramente, serão apresentados itens indicados para analisar a motivação, e posteriormente a imagem de destino, com os respetivos valores para a média, desvio padrão, o valor de Kaiser-Meyer-Olkin e a rotação dos eixos através do método Varimax.

Motivação:

Verifica-se que cerca de metade dos itens apresentam médias superiores ao valor intermédio da escala (3,83) (Tabela 24), o que significa que metade da amostra inquirida considera, que as afirmações apresentadas são importantes. Os itens “Aproximação com a família, Ser uma novidade, Prática de desporto equestre (aulas, provas), Aprofundar conhecimentos pré-adquiridos com as raças portuguesas, Comprar cavalos, Acompanhar família e/ou amigos para provas equestres, Usufruir de outros tipos de turismo (como sol e mar), Curiosidade para novas formas de turismo, Proximidade cultural e Contacto com modos de vida alternativos” apresentam média inferior ao valor intermédio da escala.

Realizou-se então a análise fatorial de componentes principais deste conjunto de itens de forma a encontrar combinações de variáveis que explique as correlações entre todos os pares das variáveis. Para que se possa aplicar e validar esta técnica é necessário fazer a avaliação das correlações entre as variáveis para se saber se é legítimo realizar uma análise fatorial.

Questão: *Quais são as suas principais motivações quando faz uma viagem para um destino de turismo equestre (indique numa escala 1 = nada importante; 5 = muito importante).*

5. Análise e discussão dos resultados

Tabela 24 - Média e desvio-padrão da variável motivação

	Média	Desvio-Padrão	N
Relaxamento	4,27	1,058	116
Socialização	3,98	1,157	
Aprendizagem	4,05	1,141	
Aproximação com a família	3,72	1,324	
Ser uma novidade	3,23	1,551	
Sentimentos de alegria proporcionados pelo destino	4,32	0,947	
Reputação do local	3,88	1,173	
Tranquilidade	4,38	0,901	
Fugir à rotina	4,19	1,149	
Descanso e contacto com a natureza	4,40	0,977	
Passeios a cavalo na natureza	4,31	1,107	
Prática de desporto equestre (aulas, provas)	3,78	1,419	
Eventos equestres (desportivos ou de lazer)	4,00	1,279	
Proximidade com os cavalos	4,58	0,771	
Aprofundar conhecimentos pré-adquiridos com as raças portuguesas	3,78	1,236	
Comprar cavalos	2,28	1,514	
Acompanhar família e/ou amigos para provas equestres	3,28	1,558	
Usufruir de outros tipos de turismo (além do sol e mar)	3,44	1,366	
Curiosidade para novas formas de turismo	3,41	1,396	
Proximidade cultural	3,59	1,306	
Contacto com modos de vida alternativos	3,59	1,371	

Fonte - Própria

O valor de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO = 0,842), que apresenta o valor da medida de adequabilidade, considera a análise de nível bom. O teste de Bartlett, que testa a hipótese nula da matriz de correlação ser uma matriz de identidade, apresenta o valor 1297,210 e uma probabilidade associada de 0,000, o que rejeita a hipótese nula da matriz de correlação ser uma matriz de identidade (tabela 25). Estes testes indicam que as 21 variáveis são adequadas para realizar uma análise fatorial.

Tabela 25 - Teste KMO - Kaiser-Meyer-Olkin

Teste de Adequação da Amostra		Medidas
KMO -Kaiser-Meyer-Olkin		0,842
Teste de esferecidade de Bartlett	Qui-quadrado aprox. (Chi-Square)	1297,210
	Graus de Liberdade (df)	210
	Sig. (p-value)	0,000

Fonte - Própria

Através do critério de Kaiser (eigenvalue maior que 1) são encontrados 5 fatores que explicam 66,886% da variância total no conjunto das 21 variáveis analisadas (tabela 26).

5. Análise e discussão dos resultados

Tabela 26 - Variância total explicada

Componentes	Autovalores Iniciais			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado			Somadas de rotação de carregamentos ao quadrado		
	Total	% of Variância	% Cumulativa	Total	Total	% of Variância	% Cumulativa	% of Variance	Total
1	7,474	35,591	35,591	7,474	35,591	35,591	3,822	18,202	18,202
2	2,633	12,537	48,128	2,633	12,537	48,128	3,118	14,847	33,049
3	1,735	8,261	56,388	1,735	8,261	56,388	2,381	11,339	44,388
4	1,167	5,557	61,946	1,167	5,557	61,946	2,374	11,304	55,693
5	1,037	4,940	66,886	1,037	4,940	66,886	2,351	11,193	66,886
6	0,973	4,632	71,518						
7	0,792	3,771	75,289						
8	0,690	3,284	78,573						
9	0,650	3,095	81,669						
10	0,600	2,858	84,527						
11	0,478	2,275	86,802						
12	0,465	2,214	89,016						
13	0,376	1,791	90,807						
14	0,355	1,689	92,496						
15	0,316	1,504	94,000						
16	0,294	1,400	95,400						
17	0,261	1,241	96,640						
18	0,223	1,063	97,703						
19	0,193	0,918	98,621						
20	0,149	0,708	99,328						
21	0,141	0,672	100,000						

Fonte - Própria

Para melhor interpretação dos fatores, procede-se a uma rotação dos eixos através do método varimax. A proporção de variância explicada pelas componentes mantém-se constante, apenas se distribui de modo diferente para que sejam maximizadas as diferenças entre as combinações das variáveis, aumentando as que mais contribuem para a formação do fator e diminuindo o peso das que têm menor contributo (tabela 27).

Na tabela 27 são apresentados os pesos das variáveis em cada fator, sendo o fator 1 – ‘Descontração e natureza’ - composto pelas variáveis: ‘Descanso e contacto com a natureza, Tranquilidade, Fugir à rotina, Relaxamento, Passeios a cavalo na natureza’. Do fator 2 – ‘Novas formas de turismo’ - fazem parte variáveis como: ‘Usufruir de outros tipos de turismo (além do sol e mar), Curiosidade para novas formas de turismo, Contacto com modos de vida alternativos, Proximidade cultural’. O fator 3 – ‘Desporto equestre’ - é constituído pelas variáveis: ‘Comprar cavalos, Prática de desporto equestre (aulas, provas), Acompanhar família e/ou amigos para provas equestres’.

5. Análise e discussão dos resultados

O fator 4 – ‘Sentimentos e conhecimentos de um destino equestre’- é composto por: “Sentimentos de alegria proporcionados pelo destino, Eventos equestres (desportivos ou de lazer), Proximidade com os cavalos, Aprofundar conhecimentos pré adquiridos com as raças portuguesas, Reputação do local”. Por último o 5º fator – ‘Desenvolvimento pessoal’- é formado pelas variáveis “Aproximação com a família, Socialização, Ser uma novidade, Aprendizagem”.

Para mais facilmente se proceder à interpretação de cada uma das variáveis, estipula-se que apenas são considerados os fatores com peso superior a 0,5.

Tabela 27 - Matriz de Componentes Rotacionados

Rotated Component Matrix					
Component					
	Fator 1	Fator 2	Fator 3	Fator 4	Fator 5
Descanso e contacto com a natureza	0,857				
Tranquilidade	0,836				
Fugir à rotina	0,768				
Relaxamento	0,744				
Passeios a cavalo na natureza	0,645				
Usufruir de outros tipos de turismo (como sol e mar)		0,808			
Curiosidade para novas formas de turismo		0,778			
Contacto com modos de vida alternativos		0,740			
Proximidade cultural		0,707			
Comprar cavalos			0,743		
Prática de desporto equestre (aulas, provas)			0,733		
Acompanhar família e/ou amigos para provas equestres			0,582		
Sentimentos de alegria proporcionados pelo destino				0,666	
Eventos equestres (desportivos ou de lazer)			0,554	0,643	
Proximidade com os cavalos				0,603	
Aprofundar conhecimentos pré adquiridos com as raças portuguesas				0,593	
Reputação do local				0,508	
Aproximação com a família					0,759
Socialização					0,680
Ser uma novidade					0,582
Aprendizagem					0,533
Valor Próprio	3,822	3,118	2,381	2,374	2,351
Variância explicada acumulada	18,202	33,049	44,388	55,693	66,886
Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. a Rotation converged in 21 iterations.					

Fonte - Própria

5. Análise e discussão dos resultados

Assim sendo, verifica-se que o fator 1 – ‘Descontração e natureza’- é o mais importante para a motivação dos turistas equestres, seguido dos fatores 2 – ‘Novas formas de turismo’ - e 3 – ‘Desporto equestre’. O turista equestre, em Portugal, procura experiências que permitam fugir à rotina e ao mesmo tempo relaxar, envolvendo a natureza nas mesmas, de preferência.

Ao mesmo tempo que vive experiências equestres, o turista gosta também de experimentar novas formas de turismo ao mesmo tempo, o que indica que o turismo equestre está cada vez mais a tornar-se uma experiência que envolve vários tipos de turismo.

Por fim, o turista gosta de praticar desporto equestre, acompanhar a sua família e/ou amigos em eventos desportivos, comprar cavalos de raça Portuguesa e ao mesmo tempo aumentar o seu conhecimento quanto às mesmas, é um turista curioso que quer nutrir novas aprendizagens sobre o local onde se encontra e desenvolver laços com os seus parentes pelo processo.

Imagem de um destino equestre:

De igual forma, vamos proceder a uma análise fatorial da imagem de um destino equestre, seguindo a mesma metodologia da variável motivação.

Questão: Quais os atributos de um destino de turismo equestre que valoriza para um eventual retorno a essa mesma região? (indique numa escala 1 = nada importante; 5 = muito importante).

Na tabela 28 abaixo, verifica-se que maioria dos itens apresentam médias superiores ao valor intermédio da escala (4,24), o que significa mais de metade da amostra inquirida considera que as afirmações apresentadas são importantes. Os itens ‘Atividades realizadas no destino, Reputação da região, A qualidade dos serviços prestados, Raças de cavalos existentes, Reputação do turismo equestre na região, Tradição equestre, Eventos equestres, Fácil acesso às redes de comunicações’ apresentam média inferior ao valor intermédio da escala.

5. Análise e discussão dos resultados

Tabela 28 - Média e desvio-padrão

	Média	Desvio-Padrão	N
Segurança e proteção	4,53	0,88	116
O clima ser agradável	4,35	0,87	
Boa hospitalidade	4,60	0,71	
A simpatia da população local	4,43	0,86	
Boas práticas ambientais	4,41	0,89	
Atividades realizadas no destino	4,11	1,02	
Reputação da região	3,63	1,28	
A qualidade dos serviços prestados	4,14	0,99	
A variedade de serviços de turismo equestre	4,28	1,00	
Raças de cavalos existentes	3,78	1,15	
Reputação do turismo equestre na região	3,93	1,17	
Tradição equestre	4,03	1,14	
Eventos equestres	4,13	1,13	
Fácil acesso às redes de comunicações	4,11	1,10	
Instalações do alojamento	4,53	0,88	
Boa acessibilidade e transportes	4,35	0,87	
Boa informação e apoio turístico	4,60	0,71	
Boa relação custo/benefício	4,43	0,86	

Fonte - Própria

O valor de Kaiser-Meyer-Olkin ($KMO = 0,863$), que apresenta o valor da medida de adequabilidade, considera a análise de nível bom. O teste de Bartlett, que testa a hipótese nula da matriz de correlação ser uma matriz de identidade, apresenta o valor 1289,579 e uma probabilidade associada de 0,000, o que rejeita a hipótese nula da matriz de correlação ser uma matriz de identidade (tabela 29). Estes testes indicam que as 18 variáveis são adequadas para realizar uma análise fatorial.

Tabela 29 - Teste KMO - Kaiser-Meyer-Olkin

Teste de Adequação da Amostra		Medidas
KMO - Kaiser-Meyer-Olkin		0,863
Teste de esfericidade de Bartlett	Qui-quadrado aprox. (Chi-Square)	1289,579
	Graus de Liberdade (df)	153
	Sig. (p-value)	0,000

Fonte - Própria

5. Análise e discussão dos resultados

Através do critério de Kaiser (eigenvalue maior que 1) são encontrados 4 fatores que explicam 68,520% da variância total no conjunto das 18 variáveis analisadas (tabela 30).

Tabela 30 - Variância total explicada

Componentes	Autovalores Iniciais			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado			Somadas de rotação de carregamentos ao quadrado		
	Total	% of Variância	% Cumulativa	Total	Total	% of Variância	% Cumulativa	% of Variance	Total
1	7,969	44,273	44,273	7,969	44,273	44,273	4,079	22,661	22,661
2	2,023	11,237	55,510	2,023	11,237	55,510	3,830	21,279	43,941
3	1,281	7,119	62,629	1,281	7,119	62,629	2,275	12,641	56,582
4	1,060	5,891	68,520	1,060	5,891	68,520	2,149	11,938	68,520
5	0,870	4,835	73,356						
6	0,759	4,217	77,573						
7	0,718	3,986	81,559						
8	0,535	2,972	84,531						
9	0,492	2,731	87,262						
10	0,415	2,304	89,566						
11	0,389	2,159	91,725						
12	0,377	2,097	93,822						
13	0,242	1,343	95,165						
14	0,225	1,252	96,417						
15	0,190	1,058	97,474						
16	0,168	0,932	98,406						
17	0,146	0,810	99,216						
18	0,141	0,784	100,000						

Fonte - Própria

Na tabela 31 são apresentados os pesos das variáveis em cada fator, sendo o fator 1 – “Características inerentes ao destino”- composto pelas variáveis: “ O clima ser agradável, Boas práticas ambientais, A simpatia da população local, Boa acessibilidade e transportes, Boa hospitalidade, Instalações do alojamento”.

Do fator 2 – “Atributos equestres da região”- fazem parte variáveis como: “ Tradição equestre, Eventos equestres, Reputação da região, Reputação do turismo equestre na região, A qualidade dos serviços prestados, Raças de cavalos existentes”.

O fator 3 –“Atividades e economia”- é constituído pelas variáveis: “Atividades realizadas no destino, A variedade de serviços de turismo equestre, Boa relação custo/benefício”. O fator 4 –“Acessibilidade turística”- é composto por: “ Boa informação e apoio turístico, Fácil acesso às redes de comunicações, Segurança e proteção”.

Para mais facilmente se proceder à interpretação de cada uma das variáveis, estipula-se que apenas são considerados os fatores com peso superior a 0,5.

5. Análise e discussão dos resultados

Tabela 31 - Matriz de Componentes Rotacionados

Rotated Component Matrix				
Component	Fator 1	Fator 2	Fator 3	Fator 4
O clima ser agradável	0,806			
Boas práticas ambientais	0,793			
A simpatia da população local	0,771			
Boa acessibilidade e transportes	0,672			
Boa hospitalidade	0,663			
Instalações do alojamento	0,519			
Tradição equestre		0,815		
Eventos equestres		0,804		
Reputação da região		0,737		
Reputação do turismo equestre na região		0,731		
A qualidade dos serviços prestados		0,649		
Raças de cavalos existentes	0,529	0,565		
Atividades realizadas no destino			0,813	
A variedade de serviços de turismo equestre			0,746	
Boa relação custo/benefício			0,624	
Boa informação e apoio turístico				0,764
Fácil acesso às redes de comunicações				0,728
Segurança e proteção				0,504
Valor Próprio	4,079	3,830	2,275	2,149
Variância explicada acumulada	22,661	43,941	56,582	68,520
Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. a Rotation converged in 21 iterations.				

Fonte - Própria

Em suma, verifica-se que o fator 1 – ‘‘Características inerentes ao destino’’- é o mais importante para a imagem de um destino equestre, seguido dos fatores 2 – ‘‘Atributos equestres da região’’- 3 –‘‘Atividades e economia’’. O turista, em Portugal, procura destinos onde as condições climatéricas e ambientais sejam favoráveis à prática de atividades equestres, onde seja bem recebido pela população local e as condições de alojamento e acessibilidade sejam também favoráveis para uma visita. Procura regiões onde a atividade equestre seja reconhecida pela sua reputação, destinos onde haja tradição equestre e, conseqüentemente, eventos e atividades variadas, onde possa usufruir das várias raças de cavalos Portuguesas, o que significa que o turista equestre não só quer praticar o turismo equestre como também quer conhecer a verdadeira arte equestre Portuguesa.

5. Análise e discussão dos resultados

Para que tal seja possível, tenta conjugar a boa tradição equestre com um destino acessível, económico, seguro, acolhedor e com boas infraestruturas de alojamento e lazer.

Foi também analisado o nível de satisfação de um destino equestre.

Questão: *Numa escala de 1 a 5 (1- Nada satisfeito e 5 - Muito satisfeito), selecione o seu nível de satisfação relativamente à sua última experiência de turismo equestre.*

Na tabela 32 abaixo, verifica-se que maioria dos itens apresentam médias superiores ao valor intermédio da escala (3,32), o que significa mais de metade da amostra inquirida considera que ficaram no geral satisfeitas com as suas experiências equestres. Os itens ‘‘Randoneés, Aulas de equitação, Batismo equestre, Estágio, Equitação terapêutica, Visitas (coudelaria ou outro local)’’ apresentam média inferior ao valor intermédio da escala.

Tabela 32 - Média e desvio-padrão

	Média	Desvio-Padrão	N
Passeios a cavalo na praia	3,93	1,33	116
Passeios a cavalo no campo	4,33	1,02	
Passeios de charrete	3,53	1,41	
Randoneés	2,33	1,38	
Aulas de volteio	3,98	1,28	
Aulas de Dressage	3,77	1,43	
Aulas de equitação	3,10	1,60	
Provas equestres	3,33	1,71	
Batismo equestre	3,25	1,63	
Estágio	3,13	1,58	
Equitação de trabalho	4,09	1,26	
Equitação terapêutica	2,88	1,67	
Visitas (coudelaria ou outro local)	0,00	0,00	
Concursos equestres	4,26	1,06	
Outras atividades lúdicas	3,93	1,33	

Fonte- Própria

5. Análise e discussão dos resultados

Não foi possível completar a análise fatorial a partir deste passo devido a haver menos de dois casos, pelo menos uma das variáveis ter variação zero, haver apenas uma variável na análise e os coeficientes de correlação não poderem ser calculados para todos os pares de variáveis.

Por último, é efetuada uma análise aos atribuídos que mais se adequam a Portugal enquanto destino de turismo equestre. Vai realizar-se também uma análise fatorial para se perceber quais os fatores mais relevantes deste destino.

Questão: Dos atributos referidos, quais os que mais se adequam a Portugal enquanto destino de turismo equestre? (indique numa escala 1 = discordo totalmente; 5 = concordo totalmente).

Na tabela 33 abaixo, verifica-se que maioria dos itens apresentam médias inferiores ao valor intermédio da escala (4,08), o que significa mais de metade da amostra inquirida considera que as afirmações apresentadas não possuem muita importância. Os itens ‘ Cavaleiros renomeados e/ou mestres de equitação, Preço acessível da alimentação e do alojamento, Preço acessível para a prática do turismo equestre, Preço acessível para compras, Preço acessível dos transportes, Boa variedade de centros hípicas, Boa diversidade de atividades rurais, Diversidade de empreendimentos de turismo equestre, Reputação do destino’ apresentam média inferior ao valor intermédio da escala.

Tabela 33 - Média e desvio-padrão

	Média	Desvio-Padrão	N
A paisagem	4,63	0,69	116
Cavalos de raça Portuguesa	4,30	1,03	
Atrações históricas	4,23	0,92	
Boas infraestruturas	4,19	0,91	
Cavaleiros renomeados e/ou mestres de equitação	4,00	1,15	
Preço acessível da alimentação e do alojamento	4,03	1,00	
Preço acessível para a prática do turismo equestre	3,85	1,06	
Preço acessível para compras	3,71	1,08	
Preço acessível dos transportes	3,65	1,12	
Boa variedade de centros hípicas	3,86	1,04	
Tradição equestre	4,27	1,00	
Boa diversidade de atividades rurais	3,95	1,02	
Diversidade de empreendimentos de turismo equestre	3,75	1,08	
Reputação do destino	4,00	0,98	
Meios de promoção do turismo equestre	4,63	0,69	
Eventos equestres	4,30	1,03	

Fonte - Própria

5. Análise e discussão dos resultados

O valor de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO = 0,891), que apresenta o valor da medida de adequabilidade, considera a análise de nível bom. O teste de Bartlett, que testa a hipótese nula da matriz de correlação ser uma matriz de identidade, apresenta o valor 1210,178 e uma probabilidade associada de 0,000, o que rejeita a hipótese nula da matriz de correlação ser uma matriz de identidade (tabela 34). Estes testes indicam que as 16 variáveis são adequadas para realizar uma análise fatorial.

Tabela 34 - Teste KMO -Kaiser-Meyer-Olkin

Teste de Adequação da Amostra		Medidas
KMO -Kaiser-Meyer-Olkin		0,891
Teste de esferecidade de Bartlett	Qui-quadrado aprox. (Chi-Square)	1210,178
	Graus de Liberdade (df)	120
	Sig. (p-value)	0,000

Fonte - Própria

Através do critério de Kaiser (eigenvalue maior que 1) são encontrados 2 fatores que explicam 61,107% da variância total no conjunto das 16 variáveis analisadas (tabela 35).

Tabela 35 - Variância total explicada

Componentes	Autovalores Iniciais			Somos de extração de carregamentos ao quadrado			Somos de rotação de carregamentos ao quadrado		
	Total	% of Variância	% Cumulativa	Total	% of Variância	% Cumulativa	Total	% of Variância	% Cumulativa
1	8,206	51,285	51,285	8,206	51,285	51,285	5,932	37,075	37,075
2	1,571	9,821	61,107	1,571	9,821	61,107	3,845	24,032	61,107
3	0,981	6,131	67,238						
4	0,923	5,769	73,007						
5	0,741	4,634	77,641						
6	0,605	3,781	81,422						
7	0,463	2,891	84,313						
8	0,399	2,492	86,806						
9	0,392	2,452	89,257						
10	0,359	2,245	91,502						
11	0,318	1,989	93,491						
12	0,296	1,848	95,339						
13	0,254	1,586	96,925						
14	0,191	1,195	98,120						
15	0,184	1,148	99,268						
16	0,117	0,732	100,000						

Fonte – Própria

5. Análise e discussão dos resultados

Na tabela 36 são apresentados os pesos das variáveis em cada fator, sendo o fator 1 – “Custo/benefício de um destino”- composto pelas variáveis: “ Preço acessível para a prática do turismo equestre, Preço acessível da alimentação e do alojamento, Preço acessível para compras, Preço acessível dos transportes, Boa variedade de centros hípicas, Boa diversidade de atividades rurais, Diversidade de empreendimentos de turismo equestre, Eventos equestres, Meios de promoção do turismo equestre”.

Do fator 2 – “Reputação equestre”- fazem partes variáveis como: “ Tradição equestre, Cavaleiros renomeados e/ou mestres de equitação, Atrações históricas, Cavalos de raça Portuguesa, Reputação do destino, A paisagem, Boas infraestruturas”.

Para mais facilmente se proceder à interpretação de cada uma das variáveis, estipula-se que apenas são considerados os fatores com peso superior a 0,5.

Tabela 36 - Matriz de Componentes Rotacionados

Rotated Component Matrix		
Components		
	Fator 1	Fator 2
Preço acessível para a prática do turismo equestre	0,844	
Preço acessível da alimentação e do alojamento	0,841	
Preço acessível para compras	0,821	
Preço acessível dos transportes	0,783	
Boa variedade de centros hípicas	0,718	
Boa diversidade de atividades rurais	0,705	
Diversidade de empreendimentos de turismo equestre	0,668	
Eventos equestres	0,610	
Meios de promoção do turismo equestre	0,597	
Tradição equestre	0,572	0,561
Cavaleiros renomeados e/ou mestres de equitação	0,547	0,517
Atrações históricas		0,826
Cavalos de raça Portuguesa		0,812
Reputação do destino		0,612
A paisagem		0,581
Boas infraestruturas		0,558
Valor Próprio	5,932	3,845
Variância explicada acumulada	37,075	61,107
Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. a Rotation converged in 21 iterations.		

Fonte - Elaboração própria

5. Análise e discussão dos resultados

Em suma, verifica-se que o fator 1 – ‘Custo/benefício de um destino’ – é o mais importante para a motivação dos turistas equestres, seguido do fator 2 – ‘Reputação equestre’. O turista, em Portugal, procura destinos onde o benefício da sua viagem iguale ou supere o custo da mesma, ou seja, procura destinos onde os preços do alojamento, transportes, atividades equestres, lazer seja acessível para si, ao mesmo tempo que também procura variedade de serviços no mesmo. Procura um destino que saiba promover a atividade equestre que presta.

O turista equestre que visita destinos portugueses quer um local com reputação, com história, com uma boa aposta no setor equestre que inclua empreendimentos com cavaleiros e mestres de equitação renomeados, um destino bem preservado que conjugue o melhor dos dois mundos, a arte equestre e o turismo por si só.

6. Conclusões

Neste capítulo serão apresentadas as conclusões retiradas da presente investigação, tais como os principais obstáculos ao presente estudo e também as linhas de investigação futuras.

6.1. Desafios para a imagem equestre nacional

O turismo equestre é uma temática pouco estudada a nível mundial, e, também, em Portugal, contudo, com os estudos abordados nesta presente investigação, e posteriormente com a análise de entrevistas exploratórias e inquéritos por questionário, foi possível chegar a algumas conclusões que contribuem para este estudo.

Com a revisão de literatura, foi possível concluir que desde o seu uso para propósitos laborais nas terras ou a puxar as carroças, até aos dias de hoje onde é usado como forma de arte ou desportivamente, o cavalo é cada vez mais usado como um meio para criar novos tipos de turismo (o turismo equestre) e apoiar outras formas de turismo como o de natureza, em espaço rural ou de aventura.

Constatou-se que existem diversos estudos sobre a motivação e imagem do destino, no entanto, poucos ainda formados sobre o turismo equestre. Isto é de facto um ponto negativo, pois estando este produto em ascensão em Portugal, e igualmente no mundo, deveria haver uma maior aposta em compreender o turista equestre, para que assim se pudesse atrair mais eficientemente este tipo de público. O estudo da motivação e da imagem do destino são ambos de grande relevo nos destinos, devido a permitirem um afunilar de informações sobre os turistas, que permitem construir um público-alvo para que se possam comunicar mais eficientemente, e deste modo, atrair mais turistas, e impulsionar a economia do destino.

Este processo da criação da imagem de destino é multifacetado e com diversas fases que são aplicáveis às demais situações, e entre as mais interessantes, o turismo equestre.

6. Conclusões, limitações e recomendações futuras

Concluiu-se também que o estudo da motivação é de grande importância de modo a poder compreender o turista equestre, o que o leva a adquirir um produto ou serviço, onde procura estes serviços, porque procura, entre outras variáveis necessárias que ajudam os destinos a adaptar a sua forma de se promoverem perante o seu público-alvo.

Alguns estudos revistos anteriormente defendem que, em Portugal, podemos afirmar que o turista procura a paisagem, a natureza, o cavalo Lusitano, os passeios a cavalo, a experiência equestre aliada às tradições portuguesas, mas também procura uma vertente mais desportiva, ou seja, as aulas, as competições.

Com as entrevistas exploratórias foi reforçada esta necessidade de existirem mais estudos que abordem a temática turismo equestre, e em particular em Portugal, sendo que as empresas entrevistadas mencionaram diversas vezes o quanto este tipo de turismo necessita de mais publicidade, de mais estudos exploratórios, de operadores turísticos nacionais especializados no Turismo Equestre que permitam uma maior promoção deste produto, tanto interna como externamente. Com as entrevistas foi também possível obter alguns dados sobre as motivações e o perfil do turista, e igualmente da imagem de destino, sendo que os entrevistados referiram que o posicionamento do turismo equestre em Portugal é ditado pelo cavalo Lusitano, sendo que os principais fatores motivacionais para os turistas na prática do turismo equestre são os cavalos, a qualidade dos serviços, das instalações, dos colaboradores, dos instrutores, da gastronomia, a paisagem e a natureza envolvente. Referiram também que as principais atividades praticadas são os passeios, as aulas de *dressage*, os roteiros e aulas de saltos, sendo que forneceram informações sobre o perfil de quem pratica estas atividades. O turista provém, maioritariamente do mercado Nórdico, Alemão, Sueco, Britânico, Francês, Espanhol, e também para além da Europa, como os Estados Unidos, Canadá e Austrália. O público é maioritariamente feminino, dos 30 aos 65 anos, com algum poder económico, com um estilo de vida contrário à tranquilidade que procuram nas experiências oferecidas por estas entidades.

6. Conclusões, limitações e recomendações futuras

Referiram ainda alguns aspetos sobre a divulgação do turismo equestre, sendo que estas empresas optam pelos operadores turísticos, as redes sociais, as agências equestres, no entanto, depositam maioritariamente o seu negócio nas agências equestres e operadores turísticos. As redes sociais são a via “secundária” para a comunicação do produto, visto que o mercado que pretendem alcançar vai para além do mercado português, o que implica ir mais além que as redes sociais. Concordaram também que o turismo equestre necessita de ser bem promovido e que carece de uma forte aposta nesse aspeto, pois não existem operadores turísticos especializados na área, existe pouca publicidade a este tipo de turismo, sendo que no estrangeiro o turismo equestre é promovido de diversas maneiras, entre as mencionadas as feiras equestres, as ações de promoção através dos operadores turísticos e das agências de viagem especializadas neste tipo de turismo.

Terminando as conclusões sobre as entrevistas exploratórias e dando início às conclusões alusivas aos inquéritos por questionário, e respondendo à primeira questão formulada no início desta dissertação “*“Quem é” o turista que pratica o turismo equestre em Portugal?*”, foi possível constatar que o público é, também, maioritariamente feminino (66%), numa faixa etária compreendida entre os 25-45 anos, de diversos mercados como o Português e Brasileiro. A maioria dos turistas equestres classificam-se como praticantes passivos, ou seja, praticam atividades equestres maioritariamente por lazer ou simplesmente acompanham/assistem às mesmas. São turistas com um rendimento individual acima da média que procuram maioritariamente centros hípicas, coudelarias e Unidades de Alojamento de Turismo Rural, nomeadamente nas áreas regionais do Centro, Alentejo e Porto e Norte de Portugal. Adquirem as suas experiências maioritariamente através da internet, agências de viagem, amigos e operadores turísticos, e procuram atividades como aulas de dressage, obstáculos, volteio artístico e também montar por lazer (passeios ou roteiros). Relativamente à frequência da prática do turismo equestre, o turista ativo pratica com alguma frequência, mensalmente ou, até semanalmente, enquanto o turista passivo já procura mais as épocas de férias ou épocas altas para poder usufruir da prática equestre.

6. Conclusões, limitações e recomendações futuras

Referindo agora o estudo da variável motivação, e respondendo questão **“Quais as motivações dos turistas ao praticarem esta modalidade em Portugal?”**, foi possível constatar que são diversos os motivos que levam à prática de atividades turísticas equestres em Portugal, entre eles os cavalos (nomeadamente a raça Puro-Sangue Lusitano), a qualidade e reputação dos serviços, das instalações, dos colaboradores, dos instrutores, a proximidade com os cavalos, a gastronomia, a paisagem e a natureza envolvente, o relaxamento e a fuga à rotina.

O turista equestre, em Portugal, é motivado pelas experiências que envolvem a natureza nas atividades equestres, gosta de experimentar novas formas de turismo ao mesmo tempo, o que indica que o turismo equestre está cada vez mais a tornar-se uma experiência que envolve vários tipos de turismo. O turista gosta de praticar desporto equestre, acompanhar a sua família e/ou amigos em eventos desportivos, comprar cavalos de raça Portuguesa e ao mesmo tempo aumentar o seu conhecimento quanto às mesmas, é um turista curioso que quer nutrir aprendizagens sobre o local onde se encontra e desenvolver laços com os seus parentes pelo processo da experiência equestre.

No que se refere à imagem de destino de Portugal enquanto destino de turismo equestre, e respondendo à última questão formulada **“Qual a imagem que Portugal detém enquanto destino de turismo equestre?”**, foi possível concluir que ainda existe muito trabalho a ser feito neste âmbito, pois Portugal reúne diversas condições, tais como os cavalos, a qualidade dos serviços, das instalações, dos colaboradores, dos instrutores, da gastronomia, a paisagem e a natureza envolvente (referidas anteriormente), mas, infelizmente, carece muito de um apoio sólido por parte de agências de viagem especializadas ou operadores turísticos, tal como, em certa parte, carece de apoio por parte do Turismo de Portugal, que não publicita este produto tanto quanto deveria (de acordo com a opinião prestada pelas 4 entidades turísticas entrevistadas). O turista, em Portugal, procura destinos onde as condições climatéricas e ambientais sejam favoráveis à prática de atividades equestres, onde seja bem recebido pela população local e as condições de alojamento e acessibilidade sejam também favoráveis para uma visita.

6. Conclusões, limitações e recomendações futuras

Procura regiões onde a atividade equestre seja reconhecida pela sua reputação, destinos onde haja tradição equestre e, conseqüentemente, eventos e atividades variadas, onde possa usufruir das várias raças de cavalos Portuguesas, o que significa que o turista equestre não só quer praticar o turismo equestre como também quer conhecer a verdadeira arte equestre Portuguesa.

Para que tal seja possível, tenta conjugar a boa tradição equestre com um destino acessível, económico, seguro, acolhedor e com boas infraestruturas de alojamento e lazer. Procura destinos onde o benefício da sua viagem iguale ou supere o custo da mesma, ou seja, procura destinos onde os preços do alojamento, transportes, atividades equestres, lazer seja acessível para si. O turista equestre que visita destinos portugueses quer um local com reputação, com história, com uma boa aposta no setor equestre que inclua empreendimentos com cavaleiros e mestres de equitação renomeados, um destino bem preservado que conjugue o melhor dos dois mundos, a arte equestre e o turismo por si só. O posicionamento de Portugal é ditado pelo cavalo Lusitano, no entanto, nas entrevistas exploratórias foi observado um ponto comum em que a imagem do Turismo Equestre ainda precisa de ganhar terreno para ser um produto devidamente bem posicionado em Portugal.

Para finalizar o capítulo das conclusões, aponta-se como contributos teóricos, tendo em conta o número de estudos reduzido, que este estudo pretendeu contribuir com uma abordagem mais recente sobre as motivações e imagem de destino referentes ao turismo equestre, permitindo um conhecimento mais aprofundado do consumidor de turismo equestre e igualmente da imagem que Portugal tem enquanto destino promotor deste tipo de turismo.

Esta dissertação permitiu a identificação de diversos fatores de motivação e, também, de um perfil mais atualizado do turista equestre, e ao mesmo tempo permitiu uma contribuição para a descoberta da imagem de destino de Portugal enquanto destino de turismo equestre. Estas contribuições teóricas trazem a estudos futuros benefícios e oportunidades de criação de novas investigações, e complementam os estudos já existentes.

6. Conclusões, limitações e recomendações futuras

Como contribuições práticas, aponta-se nesta investigação a necessidade de haver uma maior aposta na divulgação e promoção do turismo equestre, tanto pelas entidades regionais como pelas organizações que vendem este tipo de serviços. Apontou-se também que diversos fatores como as raças nacionais (Puro-Sangue Lusitano, Garrano, entre outras), a paisagem e território português, a qualidade dos instrutores e das instalações são todos fatores de qualidade que Portugal detém e que deverá proceder a uma melhor e maior promoção das mesmas, não só através de entidades competentes já existentes, mas quiçá, através de novas organizações apontadas como necessárias, entre elas operadores turísticos (em Portugal) especializados em turismo equestre .

Sendo assim, o turismo equestre é um produto com um grande potencial que pode ser adaptado a todas as idades, géneros e gostos, e que permite uma ligação entre diversos tipos de turismo, e, portanto, diversos tipos de turistas.

6.2. Limitações

Tal como em qualquer investigação, existem sempre limitações para o estudo que impedem de certa forma a sua potencialidade a 100%.

No presente estudo, sentiu-se uma grande dificuldade em encontrar uma revisão de literatura sólida (e recente), que permitisse abranger todos os temas de uma maneira aprofundada e completa que, caso houvesse uma maior aposta no estudo deste tópico, permitiria uma melhor investigação e conseqüentemente, um leque de conclusões mais variado. A grande falta de investigação na área do turismo equestre é um entrave para estudos futuros, e a grande falta de estudo quanto ao perfil do turista, das motivações, do comportamento do consumidor e, principalmente, da imagem de destino de Portugal enquanto destino de turismo equestre, dificultaram imenso a criação de uma base teórica para suportar a parte prática.

6. Conclusões, limitações e recomendações futuras

Foi também uma limitação a este estudo a fraca adesão das empresas às entrevistas, sendo que foram enviados diversos convites de participação em reuniões via Zoom, através de email e também através do contacto telefónico, e apenas foram obtidas 4 respostas positivas. Esta seria uma componente muito importante para a análise da perspectiva de quem vende o produto, no entanto, a adesão das mesmas foi mais escassa que o previsto.

Outra limitação ao presente estudo foi, também, a pouca adesão aos inquiridos por questionário, tanto em português como inglês, sendo que na versão inglesa do mesmo a pouca amostra entregue não se encontrava completamente preenchida, pelo que não foi possível validar os mesmos.

6.3. Linhas de investigação futuras

Depois de toda esta investigação, apresentam-se possíveis linhas de investigação futura com base numa maior aposta no estudo do turista equestre, o que o motiva, quem é o turista e igualmente o que procura.

O turismo equestre necessita definitivamente de ser um alvo de estudo, por exemplo, como poderia ser uma ajuda ao combate à sazonalidade e às assimetrias regionais, dois problemas presentes em Portugal (e em diversos destinos), sendo que o estudo de como o turismo equestre poderia combater as assimetrias e a sazonalidade poderia ser uma temática muito educativa.

Poderá, também, ser uma abordagem interessante averiguar como a vertente de juntar o turismo equestre a outros tipos de turismo, como de aventura ou de natureza, impacta o reconhecimento e a promoção desta modalidade, ou seja, de que forma isto pode influenciar os turistas a quererem praticar mais (ou menos) o turismo equestre, seja como atividade individual ou atividade complementar a outros tipos de turismo; poderia ser averiguado através de um estudo exploratório a um conjunto de empresas que preenchessem estes requisitos e também empresas dedicadas somente ao turismo equestre, de forma a perceber então como é que estes tipos de turismo se complementam e influenciam.

6. Conclusões, limitações e recomendações futuras

Destaca-se, também, como linha de investigação futura um estudo aos operadores turísticos ligados ao ramo do turismo equestre existentes noutros países por forma a perceber como uma rede especializada de operadores turísticos direccionados para o turismo equestre poderia impactuar a oferta equestre em Portugal.

Bibliografia

- Andrade, D. T. (2013). Portugal sob o olhar Francês - A imagem de destino turístico comentada online. Universidade do Porto: Tese de Mestrado em Gestão de Serviços.
https://oasisbr.ibict.br/vufind/Record/RCAP_4cae6ba63ea9d50cebaa70e59c988a6c
- Joaquim, A. C. P. (2018). Feira Nacional do Cavalo: Dinâmica Identitária e Turística em Golegã, Portugal. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 10(2), 230-249.
<https://doi.org/10.18226/21789061.v10i2p230>
- Avcikurt, C., Dinu, M. S., Hacıoglu, N., Efe, R., Soykan, A., & Tetik, N. (2016). Global Issues and Trends in Tourism. 735. St. Kliment Ohridski University Press Sofia.
[https://doi.org/ISBN 978-954-07-4138-3](https://doi.org/ISBN%20978-954-07-4138-3)
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868–897. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00030-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00030-4)
- Beerli, A., & Martín, J. D. (2004). Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 657–681. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.01.010>
- Bigné, J. Enrique, Sánchez, M. Isabel, & Sánchez, Javier (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: Inter-relationship. *Tourism Management*, 22(6), 607–616. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00035-8](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00035-8)
- Cavaco, C. (Maio de 2005). Pessoas e Lugares - Jornal de Animação da Rede Portuguesa LEADER +. *Turismo e outras actividades equestres*, pp. 12 -18.
<http://www.minhaterra.pt/IMG/pdf/jornalpl29.pdf>
- Echtner, C. M., & Ritchie, J. B. (2003). The Meaning and Measurement of Destination Image. *The Journal Of Tourism Studies*, 14(1), 37-48..
<https://doi.org/10.1177%2F004728759303100402>
- Chaves, C.B. (2021). O perfil do turista e as suas motivações no território do Arouca Geopark. Tese de mestrado, Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu., Repositório do IPV, Viseu, 173,
<https://repositorio.ipv.pt/handle/10400.19/6841>
- Chen, C.-F., & Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism Management*, 28(4), 1115–1122.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.07.007>
- Crompton, J. L. (1979a). An Assessment of the Image of Mexico as a Vacation Destination and the Influence of Geographical Location Upon That Image. *Journal of Travel Research*, 17(4), 18–23.
<https://doi.org/10.1177/004728757901700404>

Bibliografia

- Crompton, J. L. (1979b). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408–424. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90004-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90004-5)
- Currie, S. (2020). Measuring and improving the image of a post-conflict nation: The impact of destination branding. *Journal of Destination Marketing & Management*, 18, 100472. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100472>
- Danby, P., & Grajfoner, D. (2020). Human–Equine Tourism and Nature-Based Solutions: Exploring Psychological Well-Being Through Transformational Experiences. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 109634802097855. <https://doi.org/10.1177/1096348020978555>
- Daniel, A. C. M. (2010). Caracterização do Sector Turístico em Portugal. Instituto Politécnico da Guarda and CASEE – Centre for Advanced Studies in Economics and Econometrics and UDI – Unidade de Investigação para o Desenvolvimento do Interior VIII(14), 255–276. https://www.researchgate.net/publication/262660643_Caracterizacao_do_Sector_Turistico_em_Portugal
- Devesa, M., Laguna, M., & Palacios, A. (2010). The role of motivation in visitor satisfaction: Empirical evidence in rural tourism. *Tourism Management*, 31(4), 547–552. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.06.006>
- Deloitte. (Julho de 2015). Plano de Intervenção para o Turismo Equestre no Alentejo e Ribatejo Estratégia de consolidação. Alentejo: Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo. Deloitte, 151, https://www.visitribatejo.pt/fotos/editor2/pdfs/Ribatejo/atividadeseprojetos/estrategia_de_consolidacao_final.pdf
- Económica, V. (1 de Julho de 2016). Equiturismo é motor do desenvolvimento económico em Portugal. *Vida Económica*, pg. 1-2
<http://sociedadehipica.pt/wp-content/uploads/2016/07/DEBATES-SHP-01.pdf>
- Equi'Desafios, G. (2002). *Sobre Nós*. Gerês Equi'Desafios <https://www.equidesafios.com/pt/sobrenos>
- Equisport. (Julho de 2019). *Turismo equestre, um nicho que alia tradição e futuro*. Equisport: <https://www.equisport.pt/artigos/turismo-equestre-um-nicho-que-alia-tradicao-e-futuro/>
- Ferreiros, V. d. (2021). *Sobre Nós*. Vale de Ferreiros: <https://www.valedeferreiros.com/valeferreiros.php>
- Figueiredo, L. G. (2015). Turismo em Espaço Rural - Vale do Côa como Rota do Agroturismo. Covilhã. Universidade da Beira Interior, Covilhã. https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/5083/1/4322_8343.pdf
- France, A. (2011). A. France, *Tourisme et Cheval, une ressource au service des destinations*. Paris: Editions Atout France, 177, <https://www.atout-france.fr/publications/tourisme-et-cheval>
- Fodness, D. (1994). Measuring tourist motivation. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 555–581. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90120-1](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90120-1)

Bibliografia

- Gartner, W. C. (1994). Image Formation Process. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2(2–3), 191–216. https://doi.org/10.1300/J073v02n02_12
- Gomes, T. I. (2017). *O perfil e as motivações turísticas: os turistas do concelho de Baião*. Dissertação de Mestrado, Faculdade de Letras - Universidade do Porto. <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/108625>
- Gonçalves, A. M. (1 de Janeiro de 2014). *Turismo Equestre em contexto Nacional e Internacional*, Equisport, Setembro de 2021, <https://www.equisport.pt/artigos/turismo-equestre-em-contexto-nacional-e-internacional/>
- Grous, H. d. (1999). *Apresentação*. Janeiro de 2022, de Herdade dos Grous: <https://www.herdade-dos-grous.com/pt/home.html>
- Habitação, T. –A. (2012). Itinerários de Turismo Equestre - Metodologia de implementação – Estudo de caso Minho Lima. *Turismo de Portugal*, 118, https://www.turihab.pt/_content/metodologia.pdf
- Helgadóttir, G., & Sigurðardóttir, I. (2008). Horse-based Tourism: Community, Quality and Disinterest in Economic Value. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 8(2), 105–121. <https://doi.org/10.1080/15022250802088149>
- Horton, J., Macve, R., & Struyven, G. (2004). Qualitative Research: Experiences in Using Semi-Structured Interviews. Em *The Real Life Guide to Accounting Research* (pp. 339–357). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-008043972-3/50022-0>
- Hsu, C. H. C., Cai, L. A., & Mimi Li. (2010). Expectation, Motivation, and Attitude: A Tourist Behavioral Model. *Journal of Travel Research*, 49(3), 282–296. <https://doi.org/10.1177/0047287509349266>
- Ioana, B., Ioan, P., Cosmin, S., & Flavia, B. (2014). *Equestrian Tourism - Support Tool For Quality Improvement*. Facultatea de Management Agricol, 136-139, https://www.academia.edu/63527480/Equestrian_Tourism_Support_Tool_for_Quality_Improvement_in_Promoting_Tourism_Objectives
- Jenkins, O. H. (1999). *Understanding and measuring tourist destination images*. *International Journal of Tourism Research*, 1(1), 1–15. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1522-1970\(199901/02\)1:1<1::AID-JTR143>3.0.CO;2-L](https://doi.org/10.1002/(SICI)1522-1970(199901/02)1:1<1::AID-JTR143>3.0.CO;2-L)
- Júnior, S. D., & Costa, F. J. (2014). Mensuração e Escalas de Verificação: uma Análise Comparativa das Escalas de Likert e Phrase Completion. XVII SEMEAD - Seminários em Administração. *Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing, Opinião e Mídia*, 16, https://revistapmkt.com.br/wp-content/uploads/2022/01/1_Mensuracao-e-Escalas-de-Verificacao-uma-Analise-Comparativa-das-Escalas-de-Likert-e-Phrase-Completion-1.pdf
- Kaplan, B., & Duchon, D. (1988). Combining Qualitative and Quantitative Methods in Information Systems Research: A Case Study. *MIS Quarterly*, 12(4), 571. <https://doi.org/10.2307/249133>

Bibliografia

- Könyves, E., & Suta, É. (2009). The importance of equestrian tourism enterprises in tourism destination management in Hungary. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 3(3–4), 25–27. <https://doi.org/10.19041/APSTRACT/2009/3-4/5>
- Laurenciano, V. R., & Melquiades, C. (2009). Entrevistas na pesquisa social: o relato de um grupo de foco nas licenciaturas. IX Congresso Nacional de Educação - EDUCERE, 9, https://educere.bruc.com.br/cd2009/pdf/3041_1475.pdf
- Liljenstolpe, C. (2009). *Horses in Europe*. Sweden: Swedish Horse Council Foundation, Swedish Board of Agriculture and SLU, 26, <https://www.readkong.com/page/horses-in-europe-by-carolina-liljenstolpe-7380578>
- Lopes, A. C. (2014). *Turismo Equestre e Marketing de Serviços*. Universidade Lusófona do Porto, Faculdade de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias de Informação. Porto: Universidade Lusófona do Porto, 150, <http://recil.grupolusofona.pt/handle/10437/6022>
- Barriball, L. K., & While, A. (1994). Collecting data using a semi-structured interview: A discussion paper. *Journal of Advanced Nursing*, 19(2), 328–335. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.1994.tb01088.x>
- Lourenço, F. M. (2007). A Centralidade da “Fileira-Cavalo” no Desenvolvimento Regional: o caso do Turismo Equestre. *Encontro Técnico do Projeto Pegaso, Golegã* (p. 22), <https://docplayer.com.br/38434774-A-centralidade-da-fileira-cavalo-no-desenvolvimento-regional-o-caso-do-turismo-equestre.html>
- Magalhães, N. M. (2015). *Potencialidades do turismo equestre em Portugal*. Tese de mestrado, Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu., Viseu, 106, https://repositorio.ipv.pt/bitstream/10400.19/3019/1/Potencialidades%20do%20turismo%20equestre%20em%20Portugal_Nuno%20Magalhaes.pdf
- McCusker, K., & Gunaydin, S. (2015). Research using qualitative, quantitative or mixed methods and choice based on the research. *Perfusion*, 30(7), 537–542. <https://doi.org/10.1177/0267659114559116>
- Moneris, G. (2018). PETUR - Caracterização e Avaliação das Medidas de Competitividade do Turismo Equestre Português. Plano Estratégico para o Turismo Equestre de Portugal, Golegã, 47, https://equestriantourisminportugal.com/wp-content/uploads/2019/03/ANTE_PETUR_Medida-II_v3.0-Caracteriza%C3%A7%C3%A3o-e-Avalia%C3%A7%C3%A3o.pdf
- Moneris, G. (2018). PETUR - Plano Estratégico para o Turismo Equestre de Portugal. Plano Estratégico para o Turismo Equestre de Portugal, Golegã, 42, <https://docplayer.com.br/124227406-Petur-plano-estrategico-para-o-turismo-equestre-de-portugal.html>
- Ollenburg, C. (2005). Worldwide Structure of the Equestrian Tourism Sector. *Journal of Ecotourism*, 4(1), 47–55. <https://doi.org/10.1080/14724040508668437>

Bibliografia

- Parylo, O. (2012). Qualitative, quantitative, or mixed methods: An analysis of research design in articles on principal professional development (1998–2008). *International Journal of Multiple Research Approaches*, 6(3), 297–313. <https://doi.org/10.5172/mra.2012.6.3.297>
- Petroman, I. (2015). Impact of Equestrian Tourism on the Environment. *Scientific Papers, Agroprint Timisoara*, vol.48, Issue 1, pg. 5, <https://agris.fao.org/agris-search/search.do?recordID=DJ20210215781>
- Pickel-Chevalier, S. (2015). Can equestrian tourism be a solution for sustainable tourism development in France? *Loisir et Société / Society and Leisure*, 38(1), 110–134. <https://doi.org/10.1080/07053436.2015.1007580>
- Pickel-Chevalier, S. (2017). Can equestrian tourism be a solution for sustainable tourism development in France? *Loisir et Société / Society and Leisure*, Volume 38, Issue 1, 110-134, <https://doi.org/10.1080/07053436.2015.1007580>
- Pimpão, A. R. M. (2008). O perfil do turista na região da beira interior, Universidade da Beira Interior, Repositório Digital da UBI, 146, <https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/3109>
- Pluye, P., Gagnon, M.-P., Griffiths, F., & Johnson-Lafleur, J. (2009). A scoring system for appraising mixed methods research, and concomitantly appraising qualitative, quantitative and mixed methods primary studies in Mixed Studies Reviews. *International Journal of Nursing Studies*, 46(4), 529–546. <https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2009.01.009>
- Portugal, H.R.. (2010). Levantamento e estudo de requalificação dos hotéis rurais e adequação ao perfil "Hotel Rural". *Hotéis Rurais de Portugal, AHRP - Associação dos Hotéis Rurais de Portugal*, 374, <https://hoteisruraisdeportugal.com/associacao/centro-de-documentacao/>
- Portugal, T. d. (2012). *Turismo Equestre - Organização e Promoção da Oferta Nacional*. Departamento de Dinamização, Turismo de Portugal, 15 <https://docplayer.com.br/32732591-Turismo-equestre-organizacao-e-promocao-da-oferta-nacional-evora-20-de-junho-2012-departamento-de-dinamizacao.html>
- Publituris. (2008). *A oportunidade do turismo equestre*. Publituris <https://www.publituris.pt/2008/04/30/a-oportunidade-do-turismo-equestre>
- Resort, M. V. (2022). *Monte Velho Equo-resort*, Monte Velho <https://www.montevelho.pt/index.html>
- Sabbag, O. J. (2004). *Turismo rural e motivação*, *Revista Científica Eletrônica Turismo*, Vol. I, Issue 2, 8, http://www.faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/tTFIM4dOO TELZAI_2013-5-20-14-52-34.pdf

Bibliografia

- Sandelowski, M. (2000). Combining Qualitative and Quantitative Sampling, Data Collection, and Analysis Techniques in Mixed-Method Studies. *Research in Nursing & Health*, 23(3), 246–255.
[https://doi.org/10.1002/1098-240X\(200006\)23:3<246::AID-NUR9>3.0.CO;2-H](https://doi.org/10.1002/1098-240X(200006)23:3<246::AID-NUR9>3.0.CO;2-H)
- Santos, N. P. dos, & Cunha, L. S. da. (2008). Novas oportunidades para o espaço rural: Análise exploratória no Centro de Portugal (2007). Em A. Gama, *Lazer: Da libertação do tempo à conquista das práticas* (pp. 209–225). Imprensa da Universidade de Coimbra.
https://doi.org/10.14195/978-989-26-0432-9_11
- Seabra, N. F. (2012). ECO Casas do Carvalhal - Projeto de Turismo em Espaço Rural. Dissertação de Mestrado. Viseu. Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu, Viseu,
<https://repositorio.ipv.pt/bitstream/10400.19/1567/1/ECO%20Casas%20do%20Carvalhal%20-%20Projeto%20de%20Turismo%20em%20Espa%C3%A7o%20Rural.pdf>
- Sigurðardóttir, I., & Steinthorsson, R. S. (2018). Development of micro-clusters in tourism: A case of equestrian tourism in northwest Iceland. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 18(3), 261–277.
<https://doi.org/10.1080/15022250.2018.1497286>
- Šimková, E., & Holzner, J. (2014). Motivation of Tourism Participants. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 159, 660–664.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.12.455>
- Tashakkori, A., & Creswell, J. W. (2007). Editorial: The New Era of Mixed Methods. *Journal of Mixed Methods Research*, 1(1), 3–7.
<https://doi.org/10.1177/2345678906293042>
- Tomljenović, R., Boranić-Živoder, S., & Čorak, S. (2018). HORSE RIDING TOURISM – DEFINITIONAL CONUNDRUM. *Congress Proceedings*, 4th International Rural Tourism Congress, Congress Proceedings, 278-287,
https://www.fthm.uniri.hr/images/kongres/ruralni_turizam/4/znanstveni/Tomljenovic_BoranicZivoder_Corak.pdf
- Tourism Association, L. C. (2009). *Rural Tourism Quality Survey*. Transfer of Quality Ensurance Tools for European Rural Tourism Sector, Lavtian Country Tourism Association, Latvia, 76,
http://quality.euogites.org/files/Customer_survey_results_en.pdf
- Valahia University of Targoviste, Targoviste, Romania, Andreiana, V. A., Constantinescu, L. M., Valahia University of Targoviste, Targoviste, Romania, Stefan, M. C., & Valahia University of Targoviste, Romania. (2017). *The*

Bibliografia

Equestrian Tourism Valorisation in Romania. 479–490.
<https://doi.org/10.18662/lumproc.rce2017.1.42>

Anexos

ANEXO I – Pedido de entrevista

Pedido de entrevista

Exmº/Exmª. Senhor/Senhora:

O meu nome é Beatriz Barros, sou aluna do 2º ano do Mestrado em Gestão Turística da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu (ESTGV), no Instituto Politécnico de Viseu.

Como componente de avaliação neste ano letivo, decidi percorrer o caminho de criar a minha própria dissertação, onde uma das minhas maiores paixões pudesse ser falada: o turismo equestre. Nesse âmbito, nasceu então a dissertação intitulada de “ *A imagem de Portugal enquanto destino do turismo equestre: estudo das motivações e do perfil da procura*”, que visa não só compreender o turismo equestre a um nível mais profundo, o que o define e caracteriza, a oferta nacional, o perfil dos seus consumidores, mas também pretendo descobrir a imagem que Portugal transmite enquanto destino de turismo equestre, uma prática cada vez mais em desenvolvimento no nosso país.

Neste sentido, gostaria de solicitar a marcação de uma reunião via plataforma Zoom, com o objetivo de reforçar os meus conhecimentos pré-adquiridos com novos conhecimentos que possam ajudar a definir a realidade desta modalidade turística em Portugal.

O seu contributo será, de facto, uma colaboração imprescindível para o meu estudo, dado a notoriedade que a sua organização carrega para com o setor turístico e dada a informação vital que poderá fornecer para que todo o meu trabalho presente e futuro possa ser enriquecido.

Agradeço desde já pela sua atenção, e espero poder vir a dar este passo consigo no meu projeto.

Com os melhores cumprimentos,

Beatriz Barros.

ANEXO II – Guião de entrevista

Guião de entrevista

1. Qual é a sua opinião do estado atual do turismo equestre em Portugal?
2. E qual é a imagem/posicionamento que o Turismo Equestre detém no nosso país?
3. Acha que este produto turístico é bem promovido internamente e externamente?
4. Quais os meios promocionais que considera uma mais-valia para obter uma maior visibilidade para o seu negócio?
5. O turismo equestre é uma atividade que despoleta diversas motivações nos turistas. Quais considera ser os fator-chave para o sucesso desta atividade?
 - 5.1. E quais as principais motivações que levam à prática do turismo equestre no seu empreendimento?
6. Considera o turismo equestre uma componente forte aliada ao seu negócio?
 - 6.1. Quais os serviços associados ao Turismo Equestre prestados pela sua empresa?
 - 6.2. E quais são os serviços mais vendidos?
7. Qual o mercado-alvo para o qual comunica o turismo equestre?
 - 7.1. Como comunica o seu produto?
 - 7.2. De acordo com o que foi dito anteriormente, qual é o perfil do turista que foi possível construir até à data?
8. Como descreveria o estado do Turismo Equestre na sua entidade antes de toda a pandemia?
 - 8.1. Face a pandemia que atravessamos desde o ano passado, que trouxe impactos económico-sociais indescritíveis, quais foram as/os grandes diferenças/impactos que mais sentiu na sua entidade?
 - 8.2. E quais as estratégias que considera mais pertinentes aplicar na sua empresa para a recuperação do turismo equestre?

ANEXO III - Inquérito por questionário

A imagem de Portugal enquanto destino de turismo equestre: estudo das motivações e do perfil da procura

Este questionário é realizado no âmbito da Dissertação de Mestrado em Gestão Turística, da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu, e tem como objetivo avaliar a procura do turismo equestre em Portugal.

Para tal, este questionário apenas deverá ser respondido por pessoas que já tenham praticado ou ainda pratiquem turismo equestre (praticante ou espectador).

Os dados são para uso exclusivo na dissertação, e são estritamente confidenciais.

Desde já agradeço a sua colaboração!

***Obrigatório**

1. É praticante ativo ou passivo de turismo equestre? (ou seja, ativo caso pratique a atividade, e passivo caso seja acompanhante nestas atividades equestres ou seja espectador) *

Marcar apenas uma oval.

- Ativo *Pular para a pergunta 2*
 Passivo *Pular para a pergunta 18*
 Ambos *Pular para a pergunta 29*

Ativo

2. Qual (ou quais) a(s) modalidade(s) que pratica ou já praticou? *

Marque todas que se aplicam.

- Montar por lazer
 Dressage
 Obstáculos
 Atrelagem
 Equitação de Trabalho
 TREC
 Raides
 Horseball
 Volteio artístico

Outro: _____

3. Com que frequência pratica ou praticou turismo equestre (aproximadamente)? *

Marcar apenas uma oval.

- Com pouca regularidade (menos de 1 vez por mês)
 Com alguma regularidade (1 a 2 vezes por mês)
 Frequentemente (3 ou mais vezes por mês)
 Outra

4. Se selecionou a opção 'Outra', quantas vezes por mês pratica ou praticou turismo equestre?

5. Quais as raças de cavalo autóctones portuguesas que conhece? *

Anexos

6. Foram estas raças um fator decisivo na sua última experiência equestre? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não

7. Por que meio/meios costuma adquirir as suas experiências equestres? *

Marcar apenas uma oval.

- Operador turístico
 Agência de viagem
 Internet
 Jornais/Revistas
 Família
 Posto de Turismo
 Amigos
 Feiras Equestres

8. Quando realiza uma viagem com motivações de turismo equestre, quais as atividades que usufrui? Responda numa escala de 1 a 5, sendo 1-Não utilizo a 5-Utilizo sempre.*

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Alojamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restauração	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Serviços de transporte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Locais de cultura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Se selecionou a opção "Outra", quais são as atividades que usufrui para além das mencionadas?

10. Qual a região escolhida para a prática do turismo equestre na sua última viagem? *

Marcar apenas uma oval.

- Porto e Norte
 Centro
 Lisboa
 Alentejo
 Algarve

Anexos

11. Na sua última viagem, qual o tipo de empreendimento que escolheu para a prática de turismo equestre? *

Marcar apenas uma oval.

- Centro Hípico
 Coudelaria
 Escola Portuguesa de Arte Equestre
 Hotel com serviços equestres
 Unidade de Alojamento de Turismo Rural com serviços equestres
 Unidade de Turismo de Aventura com serviços equestres

Pular para a pergunta 12

Ativo

12. Qual a principal razão (ou razões) da escolha deste empreendimento? Responda numa escala de 1 a 5, sendo 1 - nada importante; 5 - muito importante.

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Reputação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Proximidade geográfica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Preço	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recomendação de amigos e/ou familiares	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Curiosidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visitas anteriores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Empreendimento familiar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade dos serviços	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cavalos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Professores/monitores/cavaleiros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Apresentação dos cavalos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Condições do estabelecimento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qualidade do tratamento dos equinos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Anexos

13. Numa escala de 1 a 5 (1- Nada satisfeito e 5 - Muito satisfeito), selecione o seu nível de satisfação relativamente à sua última experiência de turismo equestre. *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5	Não Aplicável
Passeios a cavalo na praia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Passeios a cavalo no campo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Passeios de charrete	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Randoneés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aulas de equitação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Provas equestres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Batismo equestre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estágio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Equitação de trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Equitação terapêutica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visitas (coudelaria ou outro local)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outras atividades lúdicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Se selecionou a opção "Outras atividades lúdicas", quais as atividades que usufruiu para além das mencionadas?

Anexos

15. Quais são as suas principais motivações quando faz uma viagem para um destino de turismo equestre (indique numa escala 1 = nada importante; 5 = muito importante).*

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Relaxamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Socialização	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aprendizagem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aproximação com a família	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ser uma novidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sentimentos de alegria proporcionados pelo destino	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reputação do local	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tranquilidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fugir à rotina	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Descanso e contacto com a natureza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Passeios a cavalo na natureza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prática de desporto equestre (aulas, provas)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eventos equestres (desportivos ou de lazer)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Proximidade com os cavalos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aprofundar conhecimentos pré-adquiridos com as raças portuguesas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comprar cavalos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acompanhar família e/ou amigos para provas equestres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

//docs.google.com/forms/d/1HXiWzpm5qQDNVBKx-DxVT9RK4Nm5Nzon7oda2156jkl/edit

/2022 23:02

A imagem de Portugal enquanto destino de turismo equestre: estudo das motivações e do perfil da procura

Usufruir de outros tipos de turismo (como sol e mar)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Curiosidade para novas formas de turismo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Proximidade cultural	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contacto com modos de vida alternativos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Anexos

16. Quais os atributos de um destino de turismo equestre que valoriza para um eventual retorno a essa mesma região? (indique numa escala 1 = nada importante; 5 = muito importante). *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Segurança e proteção	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O clima ser agradável	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Boa hospitalidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A simpatia da população local	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Boas práticas ambientais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atividades realizadas no destino	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Raças de cavalos existentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A variedade de serviços de turismo equestre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A qualidade dos serviços prestados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reputação da região	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reputação do turismo equestre na região	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tradição equestre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eventos equestres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instalações do alojamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Boa acessibilidade e transportes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Boa informação e apoio turístico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Boa relação custo/benefício	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Dos atributos referidos, quais os que mais se adequam a Portugal enquanto destino de turismo equestre? (indique numa escala 1 = discordo totalmente; 5 = concordo totalmente). *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
A paisagem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cavalos de raça Portuguesa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atrações históricas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Boas infraestruturas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cavaleiros renomeados e/ou mestres de equitação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Preço acessível da alimentação e do alojamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Preço acessível para a prática do turismo equestre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Preço acessível para compras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Preço acessível dos transportes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Boa variedade de centros hípicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tradição equestre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Boa diversidade de atividades rurais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diversidade de empreendimentos de turismo equestre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reputação do destino	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meios de promoção do turismo equestre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eventos equestres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Anexos

Passivo

18. Quais as raças de cavalo autóctones portuguesas que conhece? *

19. Foram estas raças um fator decisivo na sua última experiência equestre? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

Outro: _____

20. Por que meio/meios costuma adquirir as suas experiências equestres? *

Marque todas que se aplicam.

Operador turístico

Agência de viagem

Internet

Jornais/Revistas

Família

Posto de turismo

Amigos

Feiras equestres

21. Quando realiza uma viagem com motivações de turismo equestre, quais as atividades que usufrui? Responda numa escala de 1 a 5, sendo 1-Não utilizo a 5-Utilizo sempre. *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1	2	3	4	5
Alojamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restauração	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Serviços de transporte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Locais de cultura (museus, galerias de arte)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22. Se selecionou a opção "Outra", quais são as atividades que usufrui para além das mencionadas?

23. Qual a região escolhida para a prática do turismo equestre na sua última viagem? *

Marcar apenas uma oval.

Porto e Norte

Centro

Lisboa

Alentejo

Algarve

Pular para a pergunta 24

Passivo