

Plano de Negócios para Empresa de Turismo em Espaço Rural

“Casa da Quinta”

Paula Cristina Félix Vieira

Trabalho de Projeto para obtenção do Grau de Mestre em
Empreendedorismo e Criação de Empresas
(2º ciclo de estudos)

Orientadora: Prof.^a Doutora Maria José Madeira

setembro de 2020

Agradecimentos

À minha orientadora, Professora Doutora Maria José Madeira, pelos seus valiosos contributos, pelo incentivo e pela disponibilidade que sempre demonstrou ao longo deste trabalho.

À minha família, pelo apoio incondicional, em especial à minha irmã por ter sido minha sócia, em todos os sentidos, neste projeto.

A todos que, direta ou indiretamente, contribuíram para a conclusão deste projeto.

A todos, muito obrigada.

Resumo

O setor do Turismo é um dos mais importantes para a economia portuguesa e tem vindo a apresentar crescimentos anuais consideráveis. O Turismo em Espaço Rural (TER) tem características muito específicas, pela proximidade com as populações dos locais onde se insere, verificando-se em Portugal um aumento da sua procura, sobretudo por populações urbanas. O aumento da procura do TER, pode transformar este nicho de mercado num segmento de maior dimensão. Esta tendência ganhou destaque com a atual pandemia, sendo previsível que se mantenha.

Este Projeto pretende conceber e avaliar a viabilidade económica e financeira da criação de uma unidade de Turismo em Espaço Rural, recorrendo à elaboração de um Plano de Negócios. Prevê a reconversão de uma pequena quinta agrícola, no município do Sabugal, que inclua experiências relacionadas com a cultura, a história e a natureza da região. Pretende desta forma dar resposta a uma lacuna identificada na região. Foi seguida a estrutura habitual de um plano de negócio, com a análise de mercado, análise da envolvente e setorial, definição dos planos estratégico, de marketing, de organização e recursos humanos e de operação. Por fim, efetuou-se a análise económica e financeira que permite concluir a viabilidade e interesse de um investimento desta natureza, considerando-se pertinente a implementação do Projeto.

Palavras-chave

Plano de Negócios; Turismo rural; Sustentabilidade.

Abstract

Tourism is one of the most important sectors for the Portuguese economy, showing considerable annual growth. Rural Tourism (RT) has very specific characteristics, due to the proximity to the populations where it operates, with an increase in demand in Portugal, especially by urban populations. The increase in the demand for RT can transform this niche market into a larger segment. This trend gained prominence with the current pandemic, and is expected to continue.

This Project will conceive and evaluate the economic and financial viability for the creation of a Rural Tourism unit, through the elaboration of a Business Plan. It foresees the conversion of a small agricultural farm in the municipality of Sabugal, including experiences related to the culture, history and nature of the region. In this way, it intends to respond to a gap identified in the region. The usual structure of a business plan was followed, with market analysis, environment and sector analysis, definition of strategic, marketing, organization and human resources and operation plans. Finally, an economic and financial analysis was carried out to conclude the feasibility and interest of an investment of this nature, considering the implementation of the Project to be relevant.

Keywords

Business plan; Rural tourism; Sustainability.

Índice

Capítulo 1 Introdução	1
Capítulo 2 - Enquadramento Teórico	3
2.1. Turismo – Um fenómeno económico e social.....	3
2.2. O Turismo no Mundo.....	4
2.3. O Turismo em Portugal.....	6
2.4. Turismo em Espaço Rural (TER).....	9
2.4.1 Definição e modalidades	10
2.4.2 A importância e interesse do Turismo em Espaço Rural	11
2.4.3 Peso do Turismo em Espaço Rural em Portugal	12
2.4.4 Perfil dos hóspedes em empreendimentos de TER.....	13
2.5. Turismo em Espaço Rural na zona Centro	15
2.6. Tendências do Mercado do Turismo	19
Capítulo 3 – Plano de Negócios.....	22
3.1. O projeto.....	22
3.1.1 Descrição do projeto	22
3.1.2 Apresentação da Empresa.....	23
3.2. Análise da envolvente e Análise sectorial	24
3.2.1 Análise da envolvente geral.....	24
3.2.1.1 Análise política-legal	24
3.2.1.2 Análise económica.....	25
3.2.1.3 Análise Sociocultural.....	27
3.2.1.4 Análise tecnológica.....	28
3.2.2 Análise Sectorial	28
3.2.3 Análise de atratividade do setor	30
3.2.3.1 Ameaça de novos concorrentes	30
3.2.3.2 Poder de negociação dos clientes.....	30
3.2.3.3 Poder de negociação dos fornecedores	31
3.2.3.4 Rivalidade entre empresas concorrentes.....	31
3.2.3.5 Ameaça de serviços substitutos	32
3.3. Análise de Mercado.....	33
3.3.1 Análise da Procura	33
3.3.2 Análise da Oferta	34

3.4. Plano Estratégico.....	35
3.4.1 Visão, Missão, Valores e Objetivos	35
3.4.2 Análise SWOT	36
3.4.3 Fatores críticos de sucesso	38
3.4.4 Estratégia Adotada.....	38
3.5. Plano de Marketing	39
3.5.1 Produtos e Serviços.....	40
3.5.2 Preço.....	44
3.5.3 Distribuição	46
3.5.4 Comunicação	46
3.6. Plano de Organização e Recursos Humanos.....	48
3.7. Plano de Operação.....	50
3.7.1 A Localização	50
3.7.2 O Processo	51
3.7.2.1 Estrutura e <i>Lay-out</i>	51
3.7.2.2 Dimensionamento do empreendimento	52
3.7.3 Equipamentos e Tecnologia	53
3.7.4 Calendarização de Atividades.....	54
3.8. Plano Económico-Financeiro.....	57
3.8.1 Pressupostos	57
3.8.2 Plano de Investimento	60
3.8.3 Plano de Financiamento	62
3.8.4 Plano de Exploração.....	63
3.8.4.1 Volume de Negócios	63
3.8.4.2 Custo de Mercadorias Vendidas e Matérias Consumidas.....	68
3.8.4.3 Fornecimentos e Serviços Externos (FSE).....	69
3.8.4.4 Gastos com o Pessoal	71
3.8.4.5 Demonstração de Resultados.....	73
3.8.5 Balanço.....	74
3.8.6 Indicadores de Gestão.....	77
3.8.7 Análise de Viabilidade.....	79
3.8.8 Análise de Sensibilidade	80
Capítulo 4 - Conclusão	83
4.1 Conclusão.....	83
4.2 Limitações e próximos passos.....	84
Referências	85
Anexos	91

Anexo 1 – Localização dos principais concorrentes	91
Anexo 2 – Informação sobre capacidade de alojamento, preços, serviços e atividades disponíveis.....	92
Anexo 3 – Implantação da Casa da Quinta e distribuição dos edifícios	96
Anexo 4 – Tipologias dos alojamentos da Casa da Quinta.....	97
Anexo 5 – Equipamento Básico, quantidades, custos e fornecedores	99
Anexo 6 – Simulação “Caixaleasing Imobiliário Empresas”	110

Lista de Figuras

Figura 1 – Dormidas por região (2015)	7
Figura 2 - RevPar por regiões dos estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos, apartamentos turísticos e outro alojamento (€)	7
Figura 3 – Dormidas no Turismo no espaço rural e turismo de habitação, por modalidade, 2016	13
Figura 4 – PIB	26
Figura 5 – Organograma da Casa da Quinta	48
Figura 6- Gráfico de Gantt - Calendarização das atividades	56

Lista de Gráficos

Gráfico 1 – N.º de dormidas (Série 2004-2008) no turismo no espaço rural por localização geográfica (NUTS - 2002) e modalidade de hospedagem (turismo no espaço rural); Anual	15
Gráfico 2 – N.º de hóspedes nos estabelecimentos de TER e em outros estabelecimentos hoteleiros na zona Centro, em 2016	16
Gráfico 3 – N.º de hóspedes nos estabelecimentos de TER por localização geográfica (NUTS - 2013) e modalidade de hospedagem (turismo no espaço rural); Anual	16
Gráfico 4 – N.º de hóspedes nos estabelecimentos de TER na zona Centro (NUTS - 2013) e modalidade de hospedagem (turismo no espaço rural)	17
Gráfico 5 – N.º de dormidas nos estabelecimentos de TER e em outros estabelecimentos hoteleiros na zona Centro, em 2016	18
Gráfico 6 – N.º de dormidas nos estabelecimentos de TER por localização geográfica (NUTS - 2013) e modalidade de hospedagem (turismo no espaço rural); Anual	18
Gráfico 7 – N.º de dormidas nos estabelecimentos de TER na zona Centro (NUTS - 2013) e modalidade de hospedagem (turismo no espaço rural)	19
Gráfico 8 - Evolução das Vendas de Alojamento	67
Gráfico 9 - Evolução das Vendas de Serviços	67

Lista de Tabelas

Tabela 1 - Distribuição dos hóspedes dos estabelecimentos TER/TN, por grupo etário, formas de ocupação e habilitações escolares, adaptado de Neves (2008)	14
Tabela 2 – Concorrência direta e indireta	35
Tabela 3 – Condicionantes ao crescimento da empresa e ações mitigadoras	38
Tabela 4 - Experiências disponíveis na Casa da Quinta	43
Tabela 5 – Preços de alojamento, com IVA incluído à taxa legal	44
Tabela 6 – Preços de atividades na Casa da Quinta, por pessoa, com IVA incluído à taxa legal.....	45
Tabela 7 - Descritivo de funções, competências e remuneração dos colaboradores	49
Tabela 8 – Precedências das atividades	55
Tabela 9 – Plano Global de Investimento.....	60
Tabela 10 – Investimento em Fundo de Maneio	61
Tabela 11 – Plano de Financiamento de 2022 a 2031.....	62
Tabela 12 – Plano de Financiamento de 2032 a 2040	62
Tabela 13 – Volume de Negócios – Vendas de Alojamento de 2022 a 2031	64
Tabela 14 – Volume de Negócios – Vendas de Alojamento de 2032 a 2040	65
Tabela 15 – Volume de Negócios – Vendas de Serviços e Total de Volume de Negócios de 2022 a 2031.....	66
Tabela 16 – Volume de Negócios – Vendas de Serviços e Total de Volume de Negócios de 2032 a 2040	66
Tabela 17 – Custo de Mercadorias Vendidas e Matérias Consumidas de 2022 a 2031..	68
Tabela 18 – Custo de Mercadorias Vendidas e Matérias Consumidas de 2032 a 2040.	69
Tabela 19 – Fornecimentos e Serviços Externos	70
Tabela 20 – Remuneração base anual.....	71
Tabela 21 – Gastos Com o Pessoal de 2022 a 2031	72
Tabela 22 – Gastos Com o Pessoal de 2032 a 2040	72
Tabela 23 – Demonstração de Resultados Previsionais de 2022 a 2031	73
Tabela 24– Demonstração de Resultados Previsionais de 2032 a 2040	74
Tabela 25 – Balanço Previsional de 2022 a 2031.....	75
Tabela 26 – Balanço Previsional de 2032 a 2040.....	76
Tabela 27 – Indicadores de Gestão.....	77
Tabela 28 – Fluxos atualizados acumulados de 2022 a 2031	79
Tabela 29 – Fluxos atualizados acumulados de 2032 a 2040.....	79
Tabela 30 – Avaliação do projeto	80
Tabela 31 – Impacto de alterações nas variáveis mais críticas do projeto	81

Lista de Acrónimos

AHRESP	Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal
APHORT	Associação Portuguesa de Hotelaria, Restauração e Turismo
CAE	Código de Atividade Económica
CMVMC	Custo das Mercadorias Vendidas e das Matérias Consumidas
COVID-19	Coronavirus Disease - Doença por Coronavírus 2019
DGADR	Direcção-Geral De Agricultura E Desenvolvimento Rural
ETC	European Travel Commission
FSE	Fornecimentos e Serviços Externos
INE	Instituto Nacional de Estatística
IRC	Imposto sobre o Rendimento de Pessoas Coletivas
IRS	Imposto sobre o Rendimento de Pessoas Singulares
ISCTE – IUL	ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa
IVA	Imposto sobre o Valor Acrescentado
PENT	Plano Estratégico Nacional de Turismo
PIB	Produto Interno Bruto
PR	Prazo de Recuperação
RevPar	Revenue Per Available Room
RNT	Registo Nacional de Turismo
SARS-CoV-2	Severe Acute Respiratory Syndrome – Coronavírus – 2
SITSESE	Sindicato dos Trabalhadores e Técnicos de Serviços, Comércio, Restauração e Turismo
TER	Turismo em Espaço Rural
TER/TN	Turismo em Espaço Rural / Turismo de Natureza
TIR	Taxa Interna de Rendibilidade
TSU	Taxa Social Única
TTCI	Travel & Tourism Competitiveness Index
UBI	Universidade da Beira Interior
UBI	Universidade da Beira Interior
UNWTO /	United Nations World Trade Organization / United Nations
UNESCO	Educational, Scientific and Cultural Organization
VAL	Valor Atual Líquido
WTO	World Trade Organization

Capítulo 1 Introdução

Nos últimos anos em Portugal verifica-se um aumento progressivo da procura de espaços rurais para atividades de turismo e lazer, sobretudo por populações urbanas. Uma das principais motivações é o desejo de se afastar temporariamente da agitação diária, procurando tranquilidade e o contacto com a natureza num ambiente rural (Silva, 2007).

Por outro lado, cada vez mais os turistas procuram experiências onde haja maior interação com as populações locais, com a tradição rural, a história e a gastronomia da região que visitam. Na escolha do destino turístico são considerados outros fatores para além do alojamento, tais como a descoberta da envolvente territorial (natureza, história, gastronomia, etc.) e atividades lúdicas disponíveis (exploração de tradições, festas e jogos da aldeia, por exemplo) (Silva, 2007).

Na sub-região da Beira Interior Norte, mais concretamente no Município do Sabugal, existem diversas unidades de Turismo em Espaço Rural. No entanto, estas unidades privilegiam os serviços de alojamento e não proporcionam atividades e programas que potenciem a descoberta e o contato com a natureza, a cultura, a história e as tradições da região.

Com o Projeto a desenvolver pretende dar-se resposta a esta lacuna, com a criação de uma unidade de Turismo em Espaço Rural, cujos serviços de alojamento serão complementados com atividades, programas e *workshops* vocacionados para a divulgação da envolvente natural, do património e da memória da região.

Para isso, o Projeto prevê a reabilitação de uma quinta agrícola, que foi até há cerca de 40 anos um dos motores da economia da aldeia onde está localizada. A reabilitação do edificado vai travar a degradação de um património que, não sendo arquitetonicamente significativo, constitui uma memória cara à população local. Serão valorizados os produtos, os produtores agrícolas e outros agentes económicos locais, por trazerem maior autenticidade ao Projeto, mas também como fator dinamizador da economia da aldeia.

Em resumo, o objetivo do Projeto consiste em responder a uma lacuna identificada no mercado no que se refere à oferta atual de Turismo em Espaço Rural, apenas vocacionado para serviços de alojamento. Este objetivo será alcançado através da reconversão de uma pequena quinta agrícola, no município do Sabugal, num projeto de Turismo em Espaço Rural, que inclua experiências relacionadas com a cultura, a história e a natureza da região. Associados ao objetivo geral do Projeto, consideram-se ainda a recuperação de património e a dinamização da economia local como objetivos complementares.

Para o desenvolvimento do Projeto efetuar-se-á a elaboração de um Plano de Negócios para a criação de uma Unidade de Turismo em Espaço Rural. Após a elaboração da fundamentação do

Plano de Negócios, será analisada a oportunidade de mercado e a viabilidade económica e financeira do investimento. É desejo da promotora a criação de uma empresa com a implementação do Projeto.

No desenvolvimento do Projeto serão pesquisados o enquadramento legislativo, os estudos e dados estatísticos disponíveis, bem como as ofertas concorrenciais disponíveis na tipologia de unidade turística.

O desenvolvimento do Projeto divide-se em quatro partes.

No primeiro capítulo é feita a contextualização do projeto, os seus objetivos e como será estruturado e apresentado.

No capítulo seguinte apresenta-se o enquadramento teórico, com a fundamentação teórica das principais abordagens e investigações de vários autores, bem como a fundamentação proveniente de estudos de organismos internacionais e nacionais sobre o turismo. Inicialmente com uma visão mais ampla sobre o fenómeno económico e social do turismo, principais características do turismo no mundo e em Portugal e finalizando com o enquadramento do Turismo em Espaço Rural, suas especificidades e importância no contexto económico, social e de desenvolvimento dos territórios. Ainda no capítulo 2 são perspectivadas as tendências do mercado do turismo.

O terceiro capítulo consiste no plano de negócios do empreendimento proposto. Faz-se a apresentação da empresa e a descrição do projeto, a análise da envolvente e sectorial, bem como a análise de mercado que permite conhecer a procura e os potenciais concorrentes da empresa. Os resultados das análises efetuadas possibilitam o desenvolvimento dos planos estratégico, de marketing, de organização e recursos humanos e o plano de operação. Por fim, elabora-se o plano económico-financeiro que pretende analisar a capacidade da empresa quanto à viabilidade financeira, através do cálculo e análise de indicadores de avaliação e gestão. Este plano inclui uma análise de sensibilidade a diversos cenários, de forma a verificar o impacto da alteração de variáveis consideradas mais relevantes na viabilidade do projeto.

No quarto e último capítulo são apresentadas as conclusões deste projeto, identificadas as principais limitações e quais os próximos passos a desenvolver.

Para finalizar, é apresentada a bibliografia consultada, citada e que fundamenta este trabalho, bem como os anexos com os elementos de suporte deste projeto.

Capítulo 2 - Enquadramento Teórico

2.1. Turismo – Um fenómeno económico e social

No final da Segunda Guerra Mundial, o turismo começou a desenvolver-se e a difundir-se por todo o mundo, facilitado em parte por níveis de riqueza mais elevados, avanços consideráveis da tecnologia de transporte e telecomunicações e melhores relações internacionais. Desde então, o turismo provou ser um dos setores mais poderosos a nível económico, social, cultural, ecológico e político (Timothy & Boyd, 2006).

O turismo ocupa uma posição privilegiada na contribuição que pode ter para o desenvolvimento sustentável. Em primeiro lugar, pelo dinamismo e crescimento do setor e pela grande contribuição para as economias de muitos países e destinos locais. Em segundo lugar, porque o turismo é uma atividade que envolve uma relação especial entre os consumidores (visitantes), a indústria, o meio ambiente e as comunidades locais (WTO, 2005).

O sector do turismo é responsável por 10% do PIB mundial, 7% do comércio global e um em cada dez empregos (WTO, 2018).

António Guterres, Secretário-Geral das Nações Unidas, citado no Relatório Anual 2017 da Organização Mundial do Turismo, refere a importância do sector do turismo no desenvolvimento global: “Todos os dias, mais de 3 milhões de turistas cruzam fronteiras internacionais. Todos os anos, quase 1,2 mil milhões de pessoas viajam para um país estrangeiro. O turismo tornou-se um pilar das economias, um passaporte para a prosperidade e uma força transformadora para melhorar milhões de vidas. O mundo pode e deve aproveitar o poder do turismo enquanto nos empenhamos para levar a cabo a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável.” (WTO, 2018).

Para além da importância económica, o turismo promove milhões de encontros interculturais, todos os dias, em diferentes locais do mundo. O turismo é também, por isso, um meio para uma maior compreensão do mundo além das nossas fronteiras (WTO, 2016).

A expansão do turismo cultural nas últimas décadas tem desempenhado um papel crucial na promoção e proteção do património tangível e intangível das comunidades, bem como no desenvolvimento de artes, artesanato e atividades criativas. Em fevereiro de 2015, na primeira Conferência Mundial da UNWTO/UNESCO sobre Turismo e Cultura, ocorreram sessões técnicas focadas na preservação cultural, na criação de parcerias entre turismo e cultura, incentivando atividades turísticas que contribuam para a proteção e conservação do património cultural, o desenvolvimento sustentável e a regeneração urbana (WTO, 2016).

Apesar da crescente consciencialização sobre a importância do ambiente para o crescimento do turismo, este sector enfrenta enormes dificuldades para se desenvolver de forma sustentável (Crotti & Misrahi, 2017).

Um número significativo de inquéritos, estudos e publicações atestam a importância da sustentabilidade enquanto fator de criação de valor para o turismo. Está em causa o valor económico da sustentabilidade para este sector, refletido no aumento da capacidade competitiva num mercado global, pelo ajuste da oferta a um perfil de consumo cada vez mais “verde” e ambientalmente exigente. A aplicação de princípios de sustentabilidade à cadeia de valor do sector turístico, desde os fornecedores aos serviços, passando pelos transportes e logística, transcende os impactos positivos na dinâmica ambiental, estendendo-os à dinâmica económica e social (Alvarenga et al, 2015).

Se for adequadamente regulado, o turismo poderá constituir um elemento decisivo na proteção do meio ambiente e na valorização do património cultural (Gonçalves et al, 2014).

2.2. O Turismo no Mundo

Em 2017, o sector do turismo continuou a fazer uma diferença real para a vida de milhões de pessoas, impulsionando o crescimento, criando empregos, reduzindo a pobreza e promovendo o desenvolvimento e a tolerância. Pelo sexto ano consecutivo, o crescimento do sector supera o da economia global, mostrando a sua resiliência diante da incerteza geopolítica global e da volatilidade económica (Crotti & Misrahi, 2017).

A Espanha lidera a edição de 2017 do ranking global TTCI pela segunda vez, seguida pela França (2ª), Alemanha (3ª), Japão (4ª, ganhou 5 lugares), Reino Unido (5ª), Estados Unidos (6ª, perdeu dois lugares), Austrália (7ª), Itália (8ª), Canadá (9ª) e Suíça (10ª, perdeu quatro posições). A Europa e a Eurásia são novamente a região com o desempenho mais forte da competitividade global em turismo, com seis economias no top 10. Continua a liderar o ranking graças à sua riqueza cultural, excelentes infraestruturas turísticas, abertura internacional e segurança (Crotti & Misrahi, 2017).

De acordo com Crotti & Misrahi (2017) a competitividade no sector do turismo está a melhorar, especialmente nos países em desenvolvimento e particularmente na região da Ásia-Pacífico. Uma parcela crescente de visitantes internacionais tem origem e viaja para nações emergentes e em desenvolvimento.

No contexto protecionista de algumas zonas do globo, no que respeita ao turismo verificam-se um número crescente de pessoas que viajam através das fronteiras e tendências globais para adotar políticas de vistos menos restritivas (Crotti & Misrahi, 2017).

Nos dois relatórios trimestrais produzidos pelo Market Intelligence Group da European Travel Commission (ETC), a análise das principais tendências económicas e de turismo na Europa e

nos mercados emergentes, em 2018, sugerem um forte crescimento continuado de passageiros, embora com taxas de crescimento ligeiramente inferiores às observadas em 2017. O turismo europeu continuou a tendência de crescimento desde o início do ano, e a procura de viagens para a região não mostra sinais de desaceleração (ETC, Q1/2018; ETC, Q2/2018).

A European Travel Commission, o Eurail Group e a European Tourism Association efetuaram uma pesquisa sobre as expectativas dos turistas do Brasil, China, Japão, Rússia e EUA que tencionam visitar a Europa, durante o período entre maio e agosto. Os resultados mostram que a maioria dos entrevistados pretende visitar mais do que um país, apesar do tempo disponível ser limitado (uma a duas semanas). A França (35%), a Itália (27%) e a Alemanha (24%) estão no topo da lista daqueles turistas. Desfrutar de paisagens naturais (48%), ver monumentos famosos (46%), aprender sobre a história e o património cultural (41%) e conhecer e provar os produtos gastronómicos (41%) são as principais motivações para viajar para a Europa (ETC, 2018).

Contrariando o crescimento verificado nos últimos anos e o prospetivado para 2020, o setor do turismo enfrenta uma crise sem paralelo. O ano de 2020 é o mais sombrio para o setor desde a Segunda Guerra Mundial e pôs um fim abrupto a 10 anos de crescimento sustentado, desde a crise financeira de 2009 (Palierse, 2020; WTO, 2020).

A pandemia de COVID-19 reduziu substancialmente a circulação de turistas no primeiro trimestre de 2020 e as perspetivas para o resto do ano foram revistas em baixa várias vezes desde o início da pandemia. Os cenários atuais apontam para quebras de 58% a 78% nas chegadas de turistas internacionais, dependendo da velocidade de contenção da pandemia e da duração das restrições de viagens e do encerramento de fronteiras (WTO, 2020).

Em todo o mundo, os países estão a implementar uma vasta gama de medidas para mitigar os efeitos da pandemia e estimular a recuperação do sector do turismo. Contudo, o Painel de Especialistas da Organização Mundial do Turismo prevê que a recuperação da procura internacional ocorra apenas em 2021, sendo que a procura interna recuperará mais rapidamente (WTO, 2020).

Segundo o Fórum para a Competitividade, apesar de o turismo ser um dos sectores mais afetados pelas limitações das viagens, há duas possibilidades que é razoável considerar. Por um lado, os portugueses podem diminuir as viagens ao estrangeiro, substituindo-as por estadas no território nacional. Por outro, Portugal poderá beneficiar de algum do desvio de tráfego que iria para países mais afetados pela pandemia (Fórum para a competitividade, 2020).

Para Luís Araújo, presidente do Turismo de Portugal, em entrevista à Sapo Viagens, “a imagem de Portugal enquanto destino turístico saiu reforçada, devido à forma responsável como o país respondeu à pandemia”, apesar das restrições impostas por alguns países nas viagens para Portugal (Barcellos, 2020).

Com o objetivo de criar confiança nas empresas e nos consumidores, o Turismo de Portugal lançou o selo *Clean & Safe*, que reconhece as empresas do setor do turismo que assumem o compromisso de cumprir os requisitos de segurança e higiene definidos nas orientações da Direção-Geral de Saúde. Em complemento ao selo, o Turismo do Algarve preparou um Manual de Boas Práticas *Clean & Safe*. Paralelamente, o Turismo de Portugal está já a promover o país como “um destino do ano todo”, esperando assim “captar turistas até final do ano e no início do próximo”, segundo Luís Araújo, em entrevista à agência Lusa (Barcellos, 2020; Lusa, 2020).

De fato, algumas unidades hoteleiras, sobretudo nas regiões menos turísticas, referem que no início do verão a procura era sobretudo por clientes nacionais, mas que se verifica uma retoma progressiva de mercados de proximidade: Espanha, França, Bélgica, Dinamarca, Alemanha e Holanda (Lusa, 2020; Lusa, 2020a).

2.3. O Turismo em Portugal

Em 2019, Portugal foi eleito o Melhor Destino Turístico do Mundo, pela terceira vez consecutiva. Na edição de 2019 dos World Travel Awards, Portugal conquistou mais de uma dezena de galardões (Turismo de Portugal, 2019).

Estas distinções juntam-se aos prémios que Portugal tem ganho nos últimos anos no sector do turismo. Portugal foi eleito o melhor destino turístico europeu pela primeira vez em 2017, renovando o prémio em 2018. Nesse ano, Portugal recebeu 36 prémios, o total, reconhecendo o trabalho desenvolvido na área da indústria turística (Turismo de Portugal, 2018a).

O setor do turismo foi, em 2017, a maior atividade económica exportadora do país, sendo responsável por 50,1% das exportações de serviços e 18% das exportações totais, tendo as receitas turísticas registado um contributo de 7,8% no PIB português (Turismo de Portugal, 2018b).

Nos anos seguintes, o setor do turismo continuou a ter um peso considerável na balança comercial nacional. Em 2019, este setor foi a maior atividade económica exportadora do país, sendo responsável por 52,3% das exportações de serviços e 19,7% das exportações totais, representando 8,7% no PIB português (Turismo de Portugal, 2020).

Da análise do desempenho do turismo em Portugal entre 2005 e 2015 destacam-se aspetos positivos como:

- o aumento da capacidade de alojamento, com um acréscimo de quase 6% na quota da capacidade de hotéis de 4 e 5 estrelas, entre 2009 e 2015;
- o crescimento de novas formas de alojamento, como por exemplo o alojamento local;
- um aumento assinalável do número de agentes de animação turística;
- a oferta de recursos turísticos mais qualificados e melhores infraestruturas de suporte;
- o crescimento das receitas turísticas a uma taxa média anual de 6,3%.

Contudo, verificam-se também aspetos menos positivos:

- persistem assimetrias regionais, com 90,3% das dormidas (continente) concentradas no litoral e 73% das dormidas no país localizadas em três regiões e com o RevPar da região de Lisboa mais do dobro do valor da região centro



Figura 1 – Dormidas por região (2015); Fonte: Turismo de Portugal (2017), com dados INE



Figura 2 - RevPar por regiões dos estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos, apartamentos turísticos e outro alojamento (€); Fonte: Turismo de Portugal (2017), com dados INE

- apesar do crescimento gradual verificado, a taxa de ocupação não atingiu até 2015 o valor de 2007, ficando por ocupar cerca de metade das camas durante aquele ano;
- aumento da taxa de sazonalidade, sobretudo no Algarve e Alentejo;

Em 2016, ocorreu a atenuação de alguns dos aspetos acima referidos com:

- o alargamento da atividade turística a meses menos tradicionais, tendo dois terços do crescimento acontecido na chamada “época baixa”;
- a diminuição do índice de sazonalidade de 37% para 35%;

Para além disso, o emprego no turismo cresceu 14,2% e verificou-se uma maior diversificação de mercados, com crescimentos expressivos do mercado americano, polaco e brasileiro (Turismo de Portugal, 2017). Esta diversificação de mercados é importante uma vez que os dados de 2018 indicam um crescimento significativamente mais lento a partir de mercados como a Alemanha e o Reino Unido, historicamente relevantes para o turismo em Portugal (ETC, Q2/2018).

Apesar do crescimento de novos mercados, verifica-se ainda a predominância dos mercados tradicionalmente relevantes. Dados de 2019, relativos ao número de dormidas, mostram que os principais mercados emissores foram o Reino Unido (19,3%), a Alemanha (12,1%) e a Espanha (10,6%). Em 2019 verificou-se, em relação a 2018, um crescimento de 7,2% do número de hóspedes que se refletiu no aumento de 8,2% nas receitas. Neste indicador, os principais mercados emissores para Portugal foram o Reino Unido, a França e a Alemanha (Turismo de Portugal, 2020).

O bom momento do turismo em Portugal resulta da conjugação de vários fatores destacando-se, entre outros, o clima, a diversidade e o elevado valor do património histórico-cultural e natural, a oferta turística variada e a proximidade entre os vários pontos turísticos, a gastronomia, a hospitalidade e a facilidade de comunicação dos portugueses, a segurança e a relação preço/qualidade do serviço. Há, contudo, fragilidades que podem condicionar o bom desempenho do sector. As assimetrias regionais e a sazonalidade, já referidas, mas também a ausência ou deficiente sinalética turística, a oferta turística pouco capacitada para diferentes mercados e segmentos, o aumento da pressão turística em determinados locais que podem originar impactos negativos, designadamente de natureza ambiental e social, o défice de informação sobre o destino Portugal nos mercados externos e o crescimento económico incerto em alguns dos países emissores de turistas para Portugal (Turismo de Portugal, 2017).

A Estratégia Turismo 2027 foi desenhada para tornar Portugal um destino cada vez mais competitivo numa atividade em contínuo crescimento, atenta às mudanças internacionais e ao ambiente tecnológico. Entre outras ações, tenciona:

- alargar a atividade turística a todo o território e promover o turismo como fator de coesão social;
- assegurar uma integração positiva do turismo nas populações residentes;
- garantir a competitividade das acessibilidades ao destino Portugal e promover a mobilidade dentro do território;
- atingir os mercados que melhor respondem aos desafios de crescer em valor e que permitem alargar o turismo a todo o ano e em todo o território;
- assegurar a preservação e a valorização económica sustentável do património cultural e natural e da identidade local, enquanto ativo estratégico, bem como a compatibilização desta atividade com a permanência da comunidade local.

Com a Estratégia Turismo 2027 pretende-se preparar o futuro, dinamizar o trabalho conjunto entre todos os intervenientes na atividade e antecipar os desafios da próxima década (Turismo de Portugal, 2017).

As restrições impostas para conter a pandemia de COVID-19, nomeadamente as medidas de confinamento e limitação às viagens, estão a condicionar a atividade económica e em particular o turismo. De acordo com a estimativa rápida do INE, em abril de 2020, no contexto do estado de emergência, cerca de 80,6% dos estabelecimentos de alojamento turístico terão estado encerrados ou não registaram movimento de hóspedes (INE, 2020).

Em entrevista à agência Lusa, Luís Araújo, presidente do Turismo de Portugal, refere que as maiores dificuldades subsistem em Lisboa e Porto, pela capacidade de oferta que têm, no Algarve, pelas restrições impostas pelo Reino Unido, e na Madeira e Açores, por causa da conectividade. No entanto, as regiões menos turísticas, como Alentejo, Norte e Centro, têm sido mais procuradas, principalmente pelo turismo interno. Ainda sem dados oficiais, alguns estabelecimentos hoteleiros e projetos turísticos destas regiões tiveram o melhor verão de sempre (Lusa, 2020).

As mudanças de hábitos e comportamentos, impostas pela pandemia, influenciaram a escolha dos destinos de férias. Neste verão verifica-se a preferência dos portugueses por espaços rurais e territórios de baixa densidade, que possibilitam um contacto mais próximo com a natureza e transmitem um maior sentimento de segurança a quem os procura (Moutinho, 2020).

António Condé Pinto, presidente da Associação Portuguesa de Hotelaria, Restauração e Turismo (APHORT) confirma a tendência para a procura de zonas do interior, com muitas reservas de famílias (Lourenço, 2020). É neste contexto que se fala num “turismo familiar”, com períodos mais longos e em unidades de alojamento mais isoladas e regiões alternativas (Lusa, 2020).

2.4. Turismo em Espaço Rural (TER)

O turismo no espaço rural surge como uma necessidade de preservar o património natural, com os turistas a procurar a tranquilidade e paz de espírito, que já não têm nas grandes zonas urbanas (Condesso, 2011).

Desde a década de 1970, como resposta ao aumento e diversificação da procura turística, assim como a busca de soluções para o declínio e desagregação das sociedades rurais, assiste-se ao desenvolvimento do turismo e de atividades de lazer em espaço rural, constituindo-se estas como um meio privilegiado de promoção dos recursos existentes nos territórios rurais, um fator de revitalização do tecido económico e social e uma oportunidade para o desenvolvimento destes territórios (Neves, 2008).

O turismo rural nos últimos anos tornou-se uma ferramenta eficaz para atenuar os problemas socioeconómicos das áreas rurais e do setor agrícola, em particular onde os investimentos

públicos e privados atraem turistas e aumentam o desenvolvimento socioeconómico local. No processo de criação de valor de determinado território, o turismo rural desempenha um papel primordial, porque não é o produto rural que chega ao consumidor mas é o consumidor (turista) que tem que se deslocar para o destino turístico para desfrutar do produto. Os turistas presentes em cada território geram um efeito multiplicativo em atividades como a agricultura e o agroturismo, mas também nas instalações de hospedagem, restauração e outras, gerando novos empregos. Isso ajuda a reduzir o declínio socioeconómico das áreas rurais, permitindo a permanência da população no território e evitando fenómenos de êxodo rural (Sgroi, Di Trapani, Testa, & Tudisca, 2014).

2.4.1 Definição e modalidades

Empreendimentos de turismo no espaço rural (TER) são os estabelecimentos que se destinam a prestar, em espaços rurais, serviços de alojamento a turistas, dispondo para o seu funcionamento de um adequado conjunto de instalações, estruturas, equipamentos e serviços complementares, tendo em vista a oferta de um produto turístico completo e diversificado no espaço rural (Portaria n.º 937/2008, 2008).

Legalmente consideram-se como espaço rural as áreas com ligação tradicional e significativa à agricultura ou ambiente e paisagem de carácter vincadamente rural. A classificação como empreendimento de turismo no espaço rural atenderá ao enquadramento paisagístico, às amenidades rurais envolventes, à qualidade ambiental e à valorização de produtos e serviços produzidos na zona onde o empreendimento se localize.

Os empreendimentos de TER classificam-se em 3 modalidades:

Casas de campo

São imóveis situados em aldeias e espaços rurais que prestem serviços de alojamento a turistas e se integrem, pela sua traça, materiais de construção e demais características, na arquitetura típica local. Quando cinco ou mais casas de campo situadas na mesma aldeia ou freguesia, ou em aldeias ou freguesias contíguas sejam exploradas de uma forma integrada por uma única entidade, podem usar a designação de turismo de aldeia, sem prejuízo de a propriedade das mesmas pertencer a mais de uma pessoa.

Agro-turismo

São imóveis situados em explorações agrícolas que prestem serviços de alojamento a turistas e permitam aos hóspedes o acompanhamento e conhecimento da atividade agrícola, ou a participação nos trabalhos aí desenvolvidos, de acordo com as regras estabelecidas pelo seu responsável.

Hotéis rurais

São hotéis situados em espaços rurais que, pela sua traça arquitetónica e materiais de construção, respeitem as características dominantes da região onde estão implantados, podendo

instalar-se em edifícios novos que ocupem a totalidade de um edifício ou integrem uma entidade arquitetónica única e respeitem as mesmas características (Portaria n.º 937/2008, 2008; Decreto-Lei n.º 80/2017, 2017).

Em complemento dos requisitos legais de enquadramento, nos estabelecimentos de TER deve haver todo o tipo de informações úteis, desde logo sobre o património turístico, histórico, etnográfico, cultural, gastronómico e paisagístico da região, itinerários e circuitos turísticos existentes, artesanato, gastronomia, vinhos e outros produtos agroalimentares tradicionais, festas, feiras, romarias e outros eventos locais de natureza popular. As refeições a proporcionar devem corresponder, pelo menos em parte, à tradição da cozinha local e utilizar produtos da região (Condesso, 2011).

Outro aspeto a considerar é a organização de atividades que, de forma integrada com o alojamento, permitam um turismo de descoberta e de evasão, numa autêntica experiência “rural”, sob a forma de vivenciar o campo, a cultura e o património locais que muitos turistas procuram (Condesso, 2011; Moutinho, 2016).

2.4.2 A importância e interesse do Turismo em Espaço Rural

O Turismo em Espaço Rural apresenta características próprias, pouco tendo em comum com as modalidades convencionais de turismo. Com efeito, esta atividade tem como objetivo essencial oferecer aos utentes a oportunidade de reviver as práticas, os valores e as tradições culturais e gastronómicas das sociedades rurais, beneficiando da sua hospedagem e de um acolhimento personalizado¹.

De acordo com a mesma fonte, o TER constitui uma atividade geradora de desenvolvimento económico para o mundo rural quer por si só, quer através da dinamização de muitas outras atividades económicas que dele são tributárias e que com ele interagem. Nas zonas rurais onde esta atividade se tem desenvolvido com maior impacto, é já possível constatar a contribuição positiva para a melhoria da economia rural. Esta melhoria expressa-se em termos financeiros, pelo contributo para a sustentabilidade (de rendimento) dos agricultores, diversificação de atividades ligadas à exploração agrícola, a manutenção, criação e diversificação de empregos, desenvolvimento de novos serviços e na conservação e melhoria da natureza e do ambiente paisagístico, entre outras.

O desenvolvimento do turismo de natureza e em espaço rural, através de projetos de valorização económica e de uma gestão ativa do património natural e rural, onde se inclui a rede nacional de áreas protegidas, as reservas da biosfera e os Geoparques reconhecidos pela UNESCO, potenciam economicamente o património natural e rural e asseguram a sua conservação (Turismo de Portugal, 2017).

¹ Direção Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural. Turismo no espaço rural. Consultado em 24 janeiro 2018. Disponível em <http://www.dgadr.gov.pt/diversificacao/turismo-rural>

O Turismo em Espaço Rural contribui ainda para a reabilitação do edificado travando a degradação do património. Normalmente são os solares e palacetes as habitações mais recuperadas para este tipo de turismo, pela sua grandiosidade, pela sua traça arquitetónica e pela sua monumentalidade. No entanto, as casas mais modestas são também recuperadas e aproveitadas para alojamentos de turismo representando uma época e uma cultura que o turista quer conhecer e da qual quer participar (Condesso, 2011).

Um outro aspeto relevante é o facto de muitos turistas tentarem fazer coincidir a sua visita a determinada região de acordo com a data das festas típicas das várias localidades: festas populares, festas religiosas e festas comemorativas, que são sempre manifestações culturais tradicionais representativas de uma região (Condesso, 2011).

2.4.3 Peso do Turismo em Espaço Rural em Portugal

A 31 de julho de 2016, estavam em atividade 4 805 estabelecimentos de alojamento turístico (hotelaria, turismo no espaço rural e de habitação e ainda o alojamento local), com uma oferta de 166,4 mil quartos e 380,8 mil camas. Comparando com o ano anterior, o número de estabelecimentos aumentou 10,7%, o de quartos 4,8% e o de camas 5,2% (INE, 2017).

Em termos de capacidade oferecida, a hotelaria concentrou 34,7% do total de estabelecimentos e 79,4% da capacidade camas no contexto da totalidade de alojamento turístico. O turismo no espaço rural e de habitação representou 27,2% do total de estabelecimentos a que corresponderam apenas 5,9% das camas oferecidas. Quanto ao alojamento local, foi o setor com maior peso no número de estabelecimentos (38,1%) e disponibilizou 14,7% do total das camas disponíveis (INE, 2017).

Em 31 de julho de 2016 estavam em atividade 1 305 estabelecimento de turismo no espaço rural e turismo de habitação. Mais de metade desta oferta (55,0%) coube às casas de campo (718 unidades). Seguiu-se o agroturismo (183 unidades com um peso relativo de 14,0%), o agrupamento “Outros” (111 estabelecimentos, 8,5% do total) e os hotéis rurais (77 estabelecimentos, 5,9% do total). Estavam em funcionamento 216 estabelecimentos de turismo de habitação, que corresponderam a 16,6% do total (INE, 2017).

As regiões com maior capacidade de alojamento, quer a nível do número de estabelecimentos, quer do número de camas disponíveis, foram o Norte (37,6% dos estabelecimentos e 33,9% das camas), o Centro (24,1% e 22,2%) e o Alentejo (20,5% e 28,8%).

A ocupação dos estabelecimentos de turismo no espaço rural/habitação fixou-se em 669,1 mil hóspedes (+17,5%) e 1,45 milhões de dormidas (+14,2%). As principais localizações neste segmento de alojamento foram o Norte (30,8% do total de dormidas), Alentejo (24,3%) e Centro (22,4%).

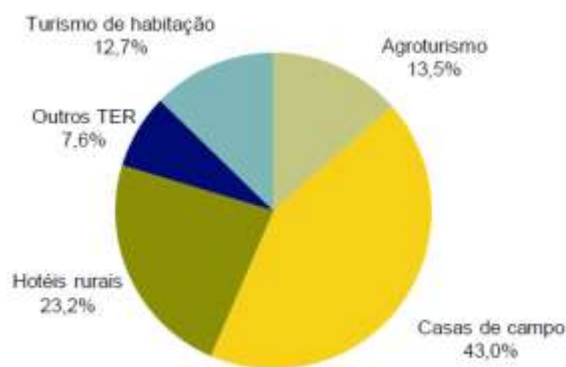


Figura 3 – Dormidas no Turismo no espaço rural e turismo de habitação, por modalidade, 2016;
Fonte: INE (2017)

As modalidades com maior procura foram as casas de campo (43,0%) e os hotéis rurais (23,2%).

O Registo Nacional de Turismo (RNT) visa centralizar e disponibilizar para consulta informação relativa aos empreendimentos e empresas do turismo em operação no País. A responsabilidade de preenchimento e atualização do RNT é das entidades exploradoras dos empreendimentos e empresas do turismo, não sendo obrigatório para os empreendimentos turísticos².

Dos dados disponíveis em junho de 2018, verifica-se que os empreendimentos de turismo em espaço rural são a tipologia com maior número de estabelecimentos registados (46%), sendo a modalidade “Casas de Campo” a mais representativa (74,6% do total de TER). Contudo, não se pode inferir que os TER existem em maior número, uma vez que o registo dos empreendimentos não é obrigatório³.

2.4.4 Perfil dos hóspedes em empreendimentos de TER

De acordo com o Estudo de Caracterização do Turismo no Espaço Rural e do Turismo de Natureza em Portugal, o cliente-tipo de TER/TN reside em Portugal, está na faixa etária entre os 25 e os 44 anos, é empregado(a) com habilitações superiores. Privilegia a descoberta da região e o contacto com a natureza, que são os principais motivos da viagem e da escolha de alojamento TER, e, em média, usufrui de estadias de duas noites (Neves, 2008).

² Turismo de Portugal, IP. Registo Nacional de Turismo. Consultado em 7 de julho de 2018. Disponível em <https://rnt.turismodeportugal.pt/RNT/ConsultaAoRegisto.aspx>

³ *ibidem*

Tabela 1 - Distribuição dos hóspedes dos estabelecimentos TER/TN, por grupo etário, formas de ocupação e habilitações escolares, adaptado de Neves (2008)

Grupo Etário	%	Ocupação	%	Habilitações Escolares	%
0-14 anos	0,6	Estudante	4,6	1.º ou 2.º ciclo ensino básico	4,4
15 - 24 anos	4,9	Empregado	76,9	3.º ciclo do ensino básico	8,2
25 - 44 anos	52,3	Desempregado	1,6	Secundário ou pós-secundário não superior	25,0
45 - 64 anos	33,4	Reformado	12,4	Ensino Superior	59,2
65 ou + anos	7,8	Doméstico	2,0	N.e.	3,2
N.e.	1,0	N.e.	2,4		

O cliente-tipo de TER/TN toma a iniciativa de organizar a sua própria viagem, com base na informação recolhida na internet, por aconselhamento de outros ou numa visita anterior. Esta autonomia do turista reflete-se também no modo como efetua a reserva: escolhe o destino via internet, contacta por e-mail ou por telefone o estabelecimento e desloca-se em viatura particular (Neves, 2008).

O turista estrangeiro é adulto com mais de 35 anos, de elevado poder de compra e que procura bom clima, natureza e contato com a cultura local. Viaja sozinho ou com a família (casais, família de 1 a 3 pessoas). Tem estadias de 2 a 3 dias por destino na época alta e habitualmente tem como principal fonte de informação e compra da viagem a internet seguida de operadores turísticos (DGADR, 2012).

Os principais emissores de turistas em TER são a Alemanha, a Espanha, a Holanda, a França e o Reino Unido, sendo que o perfil da procura varia por região do país. Os espanhóis optam pelo Norte, Centro e Lisboa, enquanto os franceses preferem o Norte e Lisboa. Os holandeses vão sobretudo para o Algarve e a Madeira, já que têm maior interesse por destinos de natureza e sol e praia. Para além destes destinos, os restantes principais emissores procuram locais com forte valor cultural (DGADR, 2012).

Os hóspedes em empreendimentos de TER dividem-se em dois segmentos bastante diferenciados: turista passivo e turista ativo. O turista passivo procura relaxamento, com o estilo de vida rural e a paisagem, valoriza os produtos naturais, a tradição e o conforto. São habitualmente casais com filhos adultos e famílias que têm estadias mais longas (DGADR, 2012).

O segmento dos turistas ativos divide-se em dois grupos. Casais jovens ou grupos de amigos entre os 35-45 anos que desfrutam a estadia, mais curta, percorrendo o meio rural e que pretendem um nível de conforto médio. As famílias com filhos, que pretendem participar ativamente no trabalho rural, têm estadias mais longas e valorizam mais o conforto (DGADR, 2012).

2.5. Turismo em Espaço Rural na zona Centro

Não existem muitos dados oficiais que permitam fazer um histórico da oferta turística no TER na zona Centro do país. Para além disso, em 2008 foi alterada a legislação que define as várias modalidades de TER, o que dificulta ainda mais a comparação.

De qualquer forma, a análise do indicador expresso no Gráfico 1 permite verificar que entre 2004 e 2008 a oferta das várias modalidades de TER na zona Centro era bastante semelhante à do país, embora com uma expressão ligeiramente superior nas modalidades de “Turismo rural” e “Agroturismo”. Estas eram precisamente as modalidades com maior oferta.

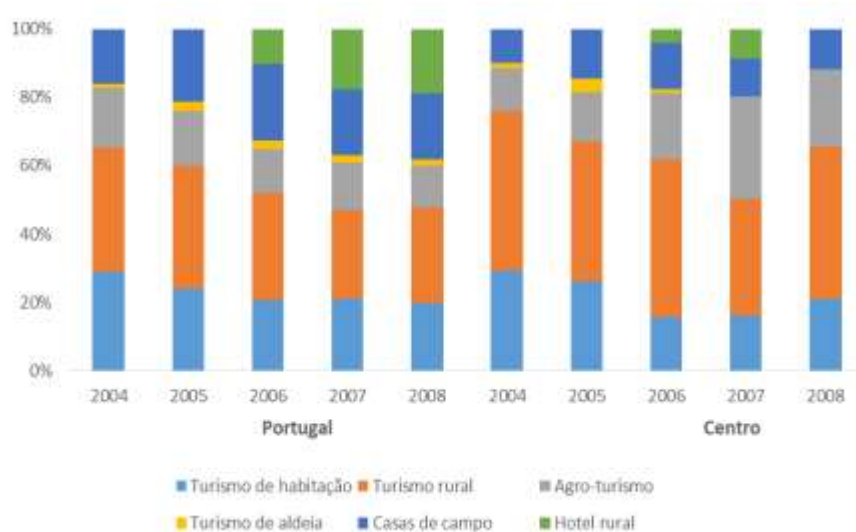


Gráfico 1 – N.º de dormidas (Série 2004-2008) no turismo no espaço rural por localização geográfica (NUTS - 2002) e modalidade de hospedagem (turismo no espaço rural); Anual; Fonte: INE, Inquérito ao turismo no espaço rural

Note-se que o Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de março, alterou significativamente as modalidades de TER: a modalidade de “Turismo rural” foi integrada no “Turismo de habitação”, que deixou de estar incluído no TER.

O indicador “N.º de hóspedes nos estabelecimentos de TER por localização geográfica (NUTS - 2013) e modalidade de hospedagem (turismo no espaço rural); Anual” permite avaliar o n.º de indivíduos que efetua pelo menos uma dormida num estabelecimento de alojamento turístico, sendo possível avaliar a sua distribuição pelas várias modalidades de alojamento em TER.

Cruzando este indicador com o indicador “Hóspedes (N.º) nos estabelecimentos hoteleiros por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Tipo (estabelecimento hoteleiro); Anual”, é possível verificar que a oferta para hóspedes em TER é muito reduzida quando comparada com o total de oferta de alojamento turístico.

Este facto é claro no gráfico seguinte, onde se apresenta a percentagem de hóspedes em TER no total de alojamento turístico disponível na zona Centro, em 2016.

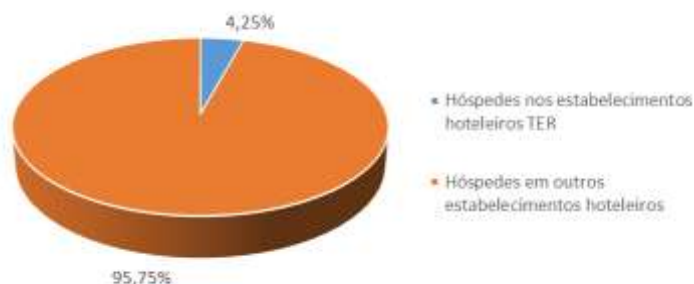


Gráfico 2 – N.º de hóspedes nos estabelecimentos de TER e em outros estabelecimentos hoteleiros na zona Centro, em 2016; Fonte: INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos

A distribuição das diversas modalidades de oferta nos estabelecimentos de TER, em Portugal e na zona Centro, apresenta-se de seguida.

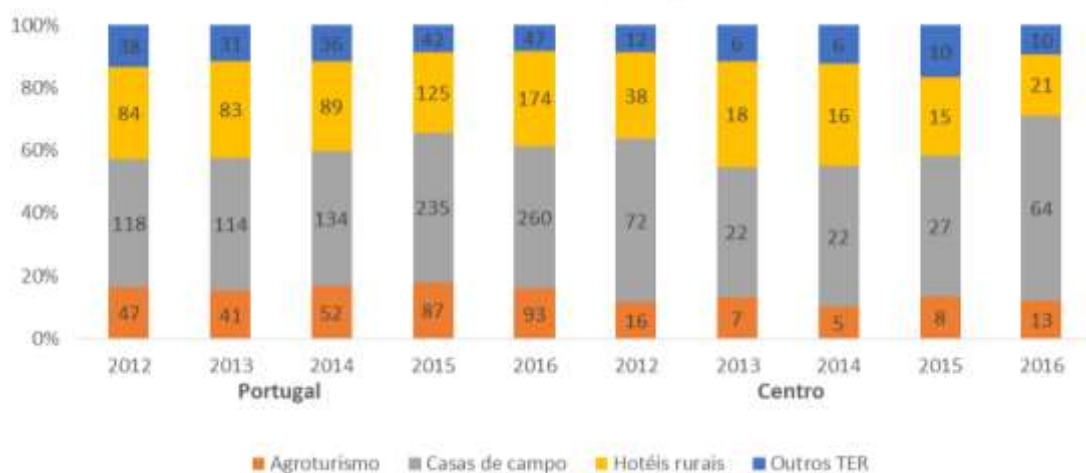


Gráfico 3 – N.º de hóspedes nos estabelecimentos de TER por localização geográfica (NUTS - 2013) e modalidade de hospedagem (turismo no espaço rural); Anual; Fonte: INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos

Verifica-se que a distribuição das diversas modalidades de alojamento na zona Centro é semelhante à do resto do país. Destacam-se a oferta nas modalidades “Casa de campo” e “Hotel rural”.

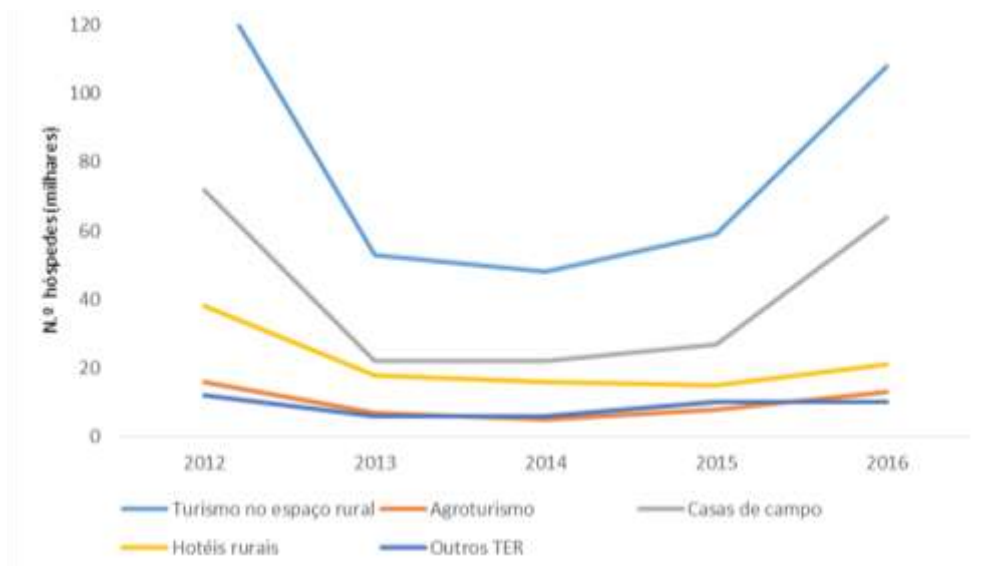


Gráfico 4 – N.º de hóspedes nos estabelecimentos de TER na zona Centro (NUTS - 2013) e modalidade de hospedagem (turismo no espaço rural); Fonte: INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos

Quanto às tendências nos últimos anos, verifica-se que após uma queda acentuada entre 2012 e 2014, a oferta tem vindo a aumentar desde aí, com um aumento bastante significativo a partir de 2015. Esta tendência no total de oferta no TER parece depender em grande medida da tendência na modalidade “Casas de campo”, a modalidade com maior relevância. Segue-se a modalidade “Hotel rural”, onde a queda na oferta se prolongou até 2015, mas não foi tão acentuada, e onde se registou algum crescimento a partir de 2015. A oferta na modalidade “Agroturismo” tem comportamento semelhante aos “Hotéis rurais”, mas com crescimento desde 2014, embora com menor oferta em n.º de hóspedes.

O indicador “N.º de dormidas nos estabelecimentos de turismo no espaço rural por localização geográfica (NUTS - 2013) e modalidade de hospedagem (turismo no espaço rural); Anual” permite avaliar a permanência de um indivíduo num estabelecimento que fornece alojamento, por um período compreendido entre as 12 horas de um dia e as 12 horas do dia seguinte. Tal como para o indicador anterior, é possível avaliar a sua distribuição pelas várias modalidades de alojamento em TER.

Cruzando este indicador com o indicador “N.º de dormidas nos estabelecimentos hoteleiros por localização geográfica (NUTS - 2013) e tipo (estabelecimento hoteleiro); Anual”, é possível verificar que a oferta de dormidas em TER é muito reduzida quando comparada com o total de oferta de alojamento turístico.

Este facto é claro na figura seguinte, onde se apresenta a percentagem de hóspedes em TER no total de alojamento turístico disponível na zona Centro, em 2016.

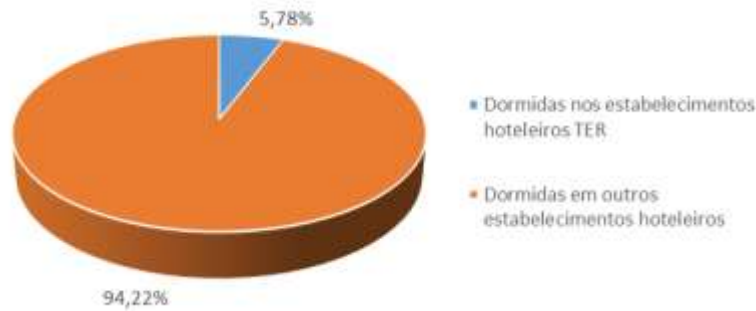


Gráfico 5 – N.º de dormidas nos estabelecimentos de TER e em outros estabelecimentos hoteleiros na zona Centro, em 2016; Fonte: INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos

A distribuição de dormidas nas diversas modalidades de oferta nos estabelecimentos de TER, em Portugal e na zona Centro, apresenta-se de seguida.

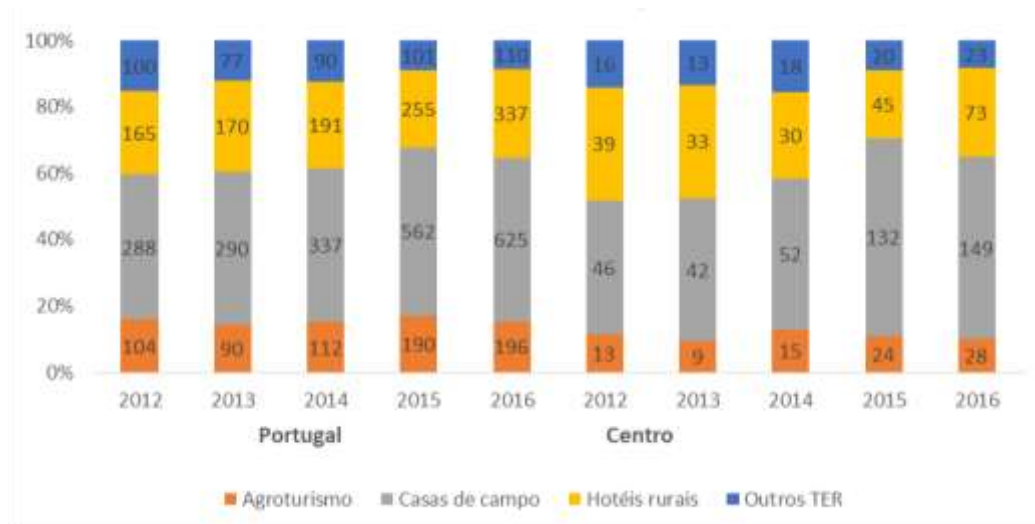


Gráfico 6 – N.º de dormidas nos estabelecimentos de TER por localização geográfica (NUTS - 2013) e modalidade de hospedagem (turismo no espaço rural); Anual; Fonte: INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos

Tal como para o indicador anterior, verifica-se que a distribuição das diversas modalidades de alojamento na zona Centro é semelhante à do resto do país. Destacam-se a oferta nas modalidades “Casa de campo” e “Hotel rural”.

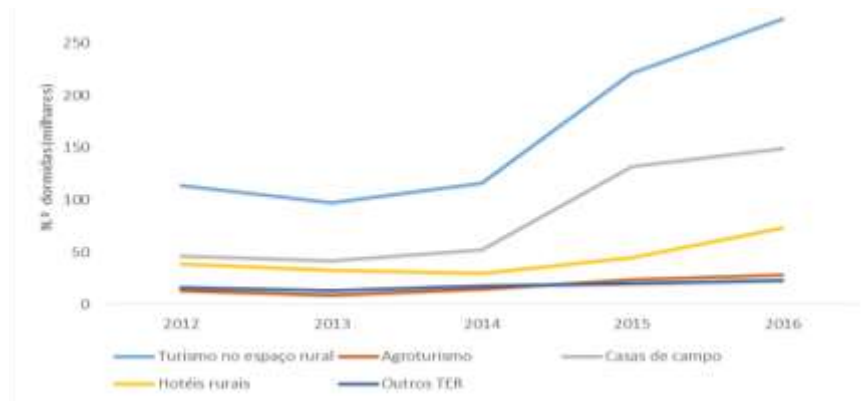


Gráfico 7 – N.º de dormidas nos estabelecimentos de TER na zona Centro (NUTS - 2013) e modalidade de hospedagem (turismo no espaço rural); Fonte: INE, Inquérito à permanência de hóspedes na hotelaria e outros alojamentos

Nas tendências nos últimos anos, verifica-se uma vez mais que, após uma queda entre 2012 e 2013, a oferta tem vindo a aumentar desde aí, com um aumento bastante significativo desde 2014. Esta tendência no total de oferta no TER parece depender em grande medida da tendência na modalidade “Casas de campo”, a modalidade com maior relevância. Segue-se a modalidade “Hotel rural”, onde a queda na oferta que se verificou entre 2012 e 2014 não foi tão acentuada, registando-se algum crescimento logo a partir de 2014. A oferta na modalidade “Agroturismo” apresentou crescimento logo a partir do ano 2013, embora com menor oferta em n.º de dormidas.

2.6. Tendências do Mercado do Turismo

Fatores sociais como a flexibilidade laboral, as diversas estruturas familiares e o envelhecimento da sociedade mudarão fundamentalmente as relações sociais e a forma como as pessoas passam férias, com quem e quando. As preocupações ambientais, sociais e culturais também estarão na base das futuras tendências do turismo (Moutinho, 2016).

Estudos especializados, realizados pela Tourism World Organization, identificaram as principais tendências do turismo para 2020:

- aumento do número de turistas preocupados com questões ambientais;
- aumento da procura de novos destinos;
- as férias serão mais curtas;
- maior número de pessoas mais velhas e mais ativas dispostas a viajar;
- viajantes mais experientes e sofisticados, que esperam atrações, instalações e serviços de alta qualidade, com preços e qualidade adequados. Neste contexto, o espaço rural é o destino perfeito para o desenvolvimento do turismo cultural e o turismo em áreas protegidas (ecoturismo, turismo de aventura, turismo em áreas selvagens e camping). Esta tendência mostra que o turismo rural pode transformar-se de nicho de mercado num segmento principal (SgROI, Di Trapani, Testa, & Tudisca, 2014).

Segundo Moutinho (2016), até 2020, espera-se que a maioria dos hotéis obtenha os seus produtos, funcionários, materiais, serviços e afins nas suas imediações. Espera-se um novo tipo de hotel - "o hotel de dez quilómetros" - para o qual todos os alimentos e materiais terão origem num raio de dez quilómetros (Moutinho, 2016).

O geoturismo é um novo movimento que mostra aos viajantes como melhorar os lugares que visitam. É um tipo de turismo que sustenta ou valoriza o carácter geográfico de um lugar: o meio ambiente, a herança, a estética, a cultura e o bem-estar dos seus habitantes. Trata-se de construir um relacionamento com o lugar que se visita (Moutinho, 2016).

Uma ênfase crescente nas “relações humanas” pode encorajar novas formas de turismo em que o contato entre anfitriões e visitantes é menos superficial. As pessoas estão a tornar-se tão importantes quanto os lugares, e a vivência de experiências interativas e inovadoras, em vez de visitas ao local ou a coisas, está a despertar cada vez mais interesse (Moutinho, 2016).

As tendências que se perspectivavam no mercado do turismo, com a valorização da proximidade, do turismo rural e do ambiente, ganharam destaque com a atual pandemia. Com as viagens internacionais sujeitas a diversas restrições e o medo de se expor ao risco que implica neste momento viajar, especialistas internacionais na área do turismo preveem que no futuro próximo sejam poucos os que se aventurem a sair do seu país (Pires, 2020).

A European Travel Commission (ETC), entidade europeia de turismo, adiantou que o próximo verão será como regressar a 1970, com os europeus a optarem pelo turismo de proximidade. Em entrevista à agência Lusa o diretor executivo da ETC, Eduardo Santander, antecipou que “neste verão viajaremos de forma diferente, não indo para longe, não apanhando voos longos, talvez optando por viagens curtas, de comboio ou de carro”. Referiu ainda que o turismo estava a atingir, em alguns locais, limites quase insustentáveis e que esta é uma oportunidade de reajustar a forma de fazer turismo (Passos, 2020).

Depois de meses de confinamento, as famílias escolhem espaços de natureza no Interior, em territórios de baixa densidade, para se reencontrar depois da separação forçada. É difícil prever como será o cenário turístico depois da pandemia de COVID-19, mas é previsível que as prioridades e os comportamentos dos consumidores se alterem e valorizem mais o tempo passado com as famílias, em experiências únicas, em destinos de campo e turismos rurais, que têm mais espaço e menor lotação (Lourenço, 2020; Pires, 2020).

Segundo a jornalista de viagens Susana Ribeiro, “As pessoas estão desejosas por passear, por isso, aos poucos vão ganhando confiança em viajar cá dentro”. Esta opinião foi dada a partir da Beira Baixa, num alojamento rural, perto do Fundão, acrescentando “É o meu desconfinamento (...) enquanto também consigo trabalhar no *site* e nos *workshops* de escrita *online*” (Barcellos, 2020).

Esta perspectiva pode mostrar outra tendência em desenvolvimento. O teletrabalho, desencadeado ou potenciado pela pandemia, vai manter-se para alguns profissionais, que poderão trabalhar a partir de locais mais tranquilos fora das grandes áreas urbanas, nomeadamente em estabelecimentos de turismo rural.

Capítulo 3 – Plano de Negócios

3.1. O projeto

3.1.1 Descrição do projeto

O projeto a desenvolver consiste na criação de um empreendimento de turismo em espaço rural, na modalidade de “Casa de Campo”, através da reabilitação e reconversão de uma quinta agrícola.

Com o projeto pretende dar-se resposta a uma lacuna identificada, nos estabelecimentos de alojamento existentes na região, de falta de atividades e programas que potenciem a divulgação da envolvente natural, do património, da memória e das tradições. Como objetivos complementares consideram-se a recuperação de património e a dinamização da economia local.

O conceito da Casa da Quinta é aliar conforto e hospitalidade com a descoberta e o contato com a natureza, a cultura, a história e as tradições da região. O objetivo é que o hóspede se sinta em casa, partilhando as vivências e os ambientes da região que visita.

A Casa da Quinta será instalada na Quinta da Mimosa localizada na aldeia do Casteleiro, no extremo ocidental do Município do Sabugal.

A Quinta, como é designada pelos habitantes locais, foi até há cerca de 40 anos um dos motores da economia da aldeia, com produção de diversos bens agrícolas, e um dos principais empregadores. Após a morte da Senhora D. Maria do Céu Guerra, última proprietária que habitou a quinta, a propriedade entrou em declínio.

A antiga casa principal será o edifício central do empreendimento, onde serão instalados alguns dos quartos e as áreas de utilização comum. Nas antigas dependências agrícolas serão instalados os restantes alojamentos, de várias tipologias, e uma sala de utilização diversificada (reuniões, workshops, por exemplo). No exterior será reabilitado o jardim envolvente, com a instalação de uma piscina e outros equipamentos de lazer. Da área agrícola da quinta, na fase inicial de implementação do projeto, apenas será recuperada uma pequena horta para utilização própria e dos hóspedes.

O projeto contempla ainda o desenvolvimento de atividades de cariz agrícola, gastronómico e cultural, através de meios próprios ou criando parcerias com produtores agrícolas, agentes económicos e outros parceiros locais. Desta forma pretende-se proporcionar aos hóspedes uma maior envolvimento com a memória e as tradições locais, bem como um melhor conhecimento do património natural e histórico-cultural da região.

3.1.2 Apresentação da Empresa

A denominação social da empresa será Casa da Quinta – Turismo Rural, Lda. associando a nova empresa à designação dada à propriedade pela população da aldeia, mantendo assim a identidade do local. A forma jurídica da empresa será a de sociedade por quotas. A sociedade será composta por 3 sócios, os dois promotores e um outro investidor, cujas quotas serão proporcionais ao capital investido.

A sede social da empresa será na Casa da Quinta, na freguesia do Casteleiro, município do Sabugal.

A atividade principal da empresa será o alojamento em espaço rural, na modalidade de “Casa de Campo”, a que corresponde o código CAE 55202 Turismo no espaço rural. Prevê-se o desenvolvimento de atividades, programas e *workshops* agrícolas, gastronómicos, culturais e de exploração da natureza, associadas à atividade principal, e que poderão ter códigos CAE secundários se se justificar.

A data estimada para o início da atividade é abril de 2022, data em que se prevê concluir a intervenção nos edifícios e no terreno, bem como toda a documentação necessária para exercer a atividade como estabelecimento de turismo em espaço rural.

As duas promotoras do projeto partilham a motivação de reabilitar a quinta, devolvendo-lhe a beleza e o carácter que já teve, e de reconverte-la num ativo dinamizador da aldeia onde cresceram.

O percurso académico e laboral das duas promotoras capacitou-as para o desenvolvimento do projeto. Paula Vieira, é Técnica Superior de Segurança e Higiene no Trabalho em empresas de vários ramos de atividade, desde há cerca de 20 anos. Foi fundadora e responsável técnica de uma empresa de serviços durante 15 anos e é mestranda em Empreendedorismo e Criação de Empresas. As funções desempenhadas possibilitaram um conhecimento profundo de atividades como a hotelaria e a construção civil, compreensão dos mecanismos de autorização e licenciamento de atividades, bem como capacidade de gestão de equipas. Terá funções de gestão do empreendimento e dos recursos humanos. Susana Vieira, licenciada em Ciências Farmacêuticas, teve um percurso profissional na indústria farmacêutica durante cerca de 10 anos, onde desenvolveu competências ao nível do rigor de processos e controlo de qualidade. É mestranda em Empreendedorismo e Estudos da Cultura, pelo ISCTE – IUL, e desempenhou funções de Produção, Comunicação e de Desenvolvimento numa Associação Cultural, consolidando o seu percurso na área da cultura. Terá funções comerciais, área financeira e administrativa, de comunicação e de programação das atividades complementares ao alojamento.

3.2. Análise da envolvente e Análise sectorial

3.2.1 Análise da envolvente geral

A análise do meio envolvente identifica as restrições externas que têm impacto na organização, permitindo a identificação de oportunidades e ameaças. A análise PEST é um instrumento utilizado para analisar o conjunto de fatores político-legais (P), económicos (E), socioculturais (S) e tecnológicos (T), que sendo externos à empresa a podem influenciar, direta ou indiretamente.

3.2.1.1 Análise política-legal

De acordo com o mapa de risco político elaborado anualmente pela Marsh, líder mundial em corretagem de seguros e em gestão de riscos, Portugal voltou a melhorar o seu índice de risco de país em 2017, situando-se entre os 27 países do mundo com menor risco político. Em 2019 Portugal mantém-se na segunda categoria mais positiva de avaliação. Na opinião de Fernando Chaves, especialista de risco da Marsh Portugal, “a estabilidade política sentida nos últimos dois anos, com melhoria de *ratings*, dos índices de confiança no consumo e de investimento, além da redução do endividamento, são factos que contribuem para esta evolução positiva de Portugal.” (Botelho, 2018; Marsh, 2019).

No sector do turismo, verifica-se nos últimos anos a continuidade das políticas públicas desde o Plano Estratégico Nacional de Turismo (PENT), que surgiu em 2007 como documento orientador da atividade turística em Portugal para o período 2007-2015, à Estratégia Turismo 2027, referencial para o desenvolvimento de políticas públicas e estratégias empresariais no setor do turismo da próxima década. Com a Estratégia Turismo 2027 pretende-se “afirmar o turismo como *hub* para o desenvolvimento económico, social e ambiental em todo o território, posicionando Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do mundo” (Turismo de Portugal, 2017).

A Autoridade Turística Nacional – Turismo de Portugal – é a entidade responsável pela promoção, valorização e sustentabilidade da atividade turística e gerir instrumentos de apoio financeiro ao investimento. Entre outros, foram criados os sistemas de apoio ao turismo nacional: Linha de apoio à qualificação da oferta, o novo Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal - Turismo 2020 - no âmbito do programa Portugal 2020 e o Programa de Investimento em Territórios de Baixa Densidade.

No âmbito legal, o Turismo em Espaço Rural tem de obedecer a vários requisitos específicos da atividade, nomeadamente os que constam dos seguintes diplomas:

- Decreto-Lei n.º 80/2017, de 30 de Junho – Altera (5ª alteração) e republica o Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de Março, que estabelece o regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos;

- Portaria n.º 937/2008, de 20 de agosto, Retificada pela Declaração de Retificação n.º 63A/2008, de 17 de outubro, estabelece os requisitos mínimos a observar pelos estabelecimentos de turismo de habitação e de turismo no espaço rural;
- Portaria n.º 1173/2010, de 15 de novembro - Aprova os modelos das placas identificativas da classificação dos empreendimentos turísticos e define as regras relativas ao respetivo fornecimento;
- Portaria n.º 1229/2001, de 25 de outubro - Fixa as taxas a serem cobradas pela Direção-Geral do Turismo pelas vistorias requeridas pelos interessados aos empreendimentos turísticos e outros.

Para além disso, os empreendimentos de Turismo em Espaço Rural são também abrangidos por legislação de ordem mais geral como a legislação laboral e de segurança dos trabalhadores, o regime jurídico da urbanização e edificação e legislação relacionada, legislação de segurança contra incêndios em edifícios, legislação de proteção ambiental e legislação fiscal.

No contexto da atual pandemia de COVID-19, a Direção-Geral da Saúde emitiu diversas normas e orientações técnicas, no sentido de minimizar o risco de transmissão de SARS-CoV-2 e o impacto da doença. São referenciais de conduta e boas práticas, que podem ter força de lei se assim for definido em diploma próprio. De entre vários documentos aplicáveis ao setor do alojamento, destaca-se a Orientação n.º 008/2020, de 10/03/2020, Infeção por SARS-CoV-2 (COVID-19) – Procedimentos de prevenção, controlo e vigilância em hotéis⁴.

3.2.1.2 Análise económica

No Boletim Económico de dezembro 2019, o Banco de Portugal previa para a economia portuguesa uma trajetória de desaceleração da atividade económica ao longo do horizonte de projeção (2019-2022), de um crescimento de 2,4% em 2018 para 1,6% em 2022 (Banco de Portugal, 2019).

O enquadramento externo da economia portuguesa ter-se-á tornado menos favorável em 2019, perspetivando-se uma recuperação modesta do ritmo de crescimento do PIB e do comércio mundiais. Ao longo do restante horizonte de projeção, o principal contributo para o crescimento da atividade permanece associado à procura interna, mas este será progressivamente menor (Banco de Portugal, 2019).

É ao nível das exportações de turismo que se continua a assumir ganhos de quota, embora inferiores aos de anos anteriores, contribuindo para prolongar a tendência de aumento relativo do peso do turismo no total das exportações de bens e serviços (Banco de Portugal, 2019).

As projeções entretanto publicadas no Boletim Económico de junho de 2020 são fortemente condicionadas pelo contexto muito adverso gerado pela pandemia COVID-19, tendo um grau de

⁴ Direção-Geral da Saúde. Consultado em 9 junho 2020. Disponível em <https://covid19.min-saude.pt/orientacoes/>

incerteza muito superior ao habitual. A dimensão da quebra da atividade económica no curto prazo, e a sua posterior recuperação, dependem da interação entre a evolução da pandemia e as políticas implementadas, entre outros fatores. As atuais projeções apontam para uma redução do PIB de 9,5% em 2020, refletindo um impacto negativo muito marcado da pandemia na primeira metade do ano (Banco de Portugal, 2020a).

O gradual levantamento das medidas de contenção deverá traduzir-se numa retoma da atividade económica a partir do terceiro trimestre de 2020. Assim, o Banco de Portugal perspetiva que o PIB cresça 5,2% em 2021 e 3,8% em 2022, situando-se num nível próximo do registado em 2019, mas consideravelmente abaixo do esperado antes da pandemia (Banco de Portugal, 2020a).

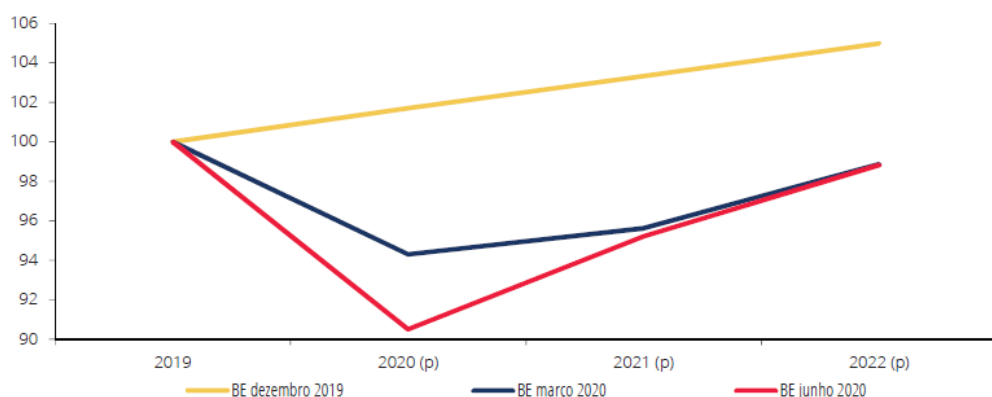


Figura 4 – PIB; Fonte: Banco de Portugal (2020a), com dados INE e Banco de Portugal

A forte contração da atividade em 2020 e a lenta recuperação posterior terão reflexo no mercado de trabalho, com o emprego a registar uma queda significativa em 2020 e a taxa de desemprego a aumentar para cerca de 10%. O impacto da crise sobre o mercado de trabalho tenderá a ser atenuado ou desfasado pelas políticas que visam manter o emprego e a liquidez das empresas (Banco de Portugal, 2020a).

Num contexto de incerteza e insegurança elevada, a recuperação será gradual e diferenciada entre setores, sendo particularmente lenta em atividades ligadas ao turismo. Os constrangimentos criados às viagens implicam que o setor do turismo seja particularmente afetado, perspetivando-se uma redução drástica dos fluxos de turismo internacional em 2020. A recuperação deverá ser muito gradual, num contexto de elevada incerteza e de potenciais alterações nas preferências e nos comportamentos dos consumidores. No final do horizonte de projeção, o nível das exportações reais de turismo deverá situar-se substancialmente abaixo do valor de 2019 (Banco de Portugal, 2020a).

O Painel de Especialistas da Organização Mundial do Turismo prevê que a recuperação da procura internacional ocorra apenas em 2021, sendo que a procura interna recuperará mais

rapidamente (WTO, 2020). Esta previsão começa a ser evidente nas férias deste verão (Lourenço, 2020; Pires, 2020).

3.2.1.3 Análise Sociocultural

A análise sociocultural reflete as características da sociedade no que se refere à demografia, assim como seus valores, costumes, tradições e expectativas.

A análise da envolvente social é importante na medida em que as alterações que ocorrem na sociedade mudam o perfil do turista, as suas necessidades e motivações. Alguns aspetos a considerar neste âmbito são:

- o envelhecimento da população aumenta o número de turistas seniores;
- o aumento dos níveis de educação contribui para turistas mais informados e mais interessados em produtos turísticos culturais;
- a flexibilidade laboral com alteração da duração e do número dos períodos de férias;
- a mudança da estrutura das famílias, com o aumento do número de solteiros e de famílias monoparentais;
- cada vez mais a satisfação de um prazer ou de uma experiência específica é uma das principais razões para viajar;
- a deslocalização das populações para as grandes cidades, com a conseqüente generalização do estilo de vida urbano;
- o aumento do fluxo migratório que tem levado ao crescimento do número de turistas por motivo de visitas familiares;

As características próprias do TER enquadram-se nas motivações decorrentes das alterações sociais:

- aumento da consciencialização da população para cuidar e preservar o ambiente rural, valorizando o TER;
- as novas estruturas familiares podem encontrar no turismo rural um meio para estreitar as relações entre gerações;
- o ambiente rural é associado ao relaxamento e à calma, cada vez mais procurados numa sociedade que vive em agitação e sob stress;
- os portugueses são vistos como um povo acolhedor com capacidade para receber bem. O alto nível de literacia em idiomas estrangeiros permite comunicação mais fácil entre locais e turistas estrangeiros.

As recentes alterações sociais impostas pela resposta à pandemia de COVID-19 vieram acentuar alguns dos aspetos acima identificados. Exemplo disso são as alterações no domínio do trabalho, com a perspectiva do aumento de teletrabalho e flexibilidade laboral, permitindo trabalhar a partir de qualquer local.

Nos próximos dois anos as restrições de viajar para alguns destinos e a contração económica levarão ao aumento de viagens curtas, dentro do próprio país, com os turistas a optar por gastar em produtos ou comunidades locais. Neste contexto, o TER é um sector que responde a essas circunstâncias e será tido em conta em futuras opções de férias.

Acresce que o medo de contrair o vírus permanecerá mesmo depois de a pandemia ter terminado. Questões como a limpeza e a segurança ou a concentração de pessoas em espaços reduzidos vai determinar as escolhas das pessoas por alojamentos de menor dimensão e por locais remotos e menos visitados.

Pela diversidade de interesses associados aos estabelecimentos de turismo rural e às regiões em que se insere, o TER é um sector que pode beneficiar bastante das particularidades da sociedade atual.

3.2.1.4 Análise tecnológica

A análise tecnológica reflete o progresso técnico da sociedade, incluindo equipamentos, processos, automação e as novas tecnologias.

A internet e as tecnologias de comunicação oferecem excelentes oportunidades para o turismo rural em áreas como a promoção, a comunicação e soluções comerciais. Tendencialmente a pesquisa dos locais a visitar, a seleção e contacto com os estabelecimentos TER são efetuados através da internet e das redes sociais.

A tecnologia é também fundamental nos aspetos construtivos, materiais e organizacionais dos empreendimentos de turismo em espaço rural. Edifícios e equipamentos energeticamente eficientes, quer ao nível da redução dos consumos quer no aproveitamento das energias renováveis, mecanismos de poupança de água e proteção da natureza, sistemas de proteção contra incêndios e intrusão, assim como todos os *softwares* necessários ao funcionamento e gestão dos estabelecimentos são resultado, e eventualmente percussores, do avanço tecnológico.

3.2.2 Análise Sectorial

Segundo Moreira (1994), citado por Silva (2006) o Turismo em Espaço Rural, sob a forma de Turismo de Habitação, foi lançado experimentalmente em Portugal, em 1978, em quatro áreas piloto: Ponte de Lima, Vouzela, Castelo de Vide e Vila Viçosa. Foi posteriormente alargado às regiões dos vales do Douro e Vouga, e finalmente à totalidade do território (Silva, 2006).

Na década de noventa, no quadro das novas orientações de política comunitária para o desenvolvimento rural, surgiram diversas medidas, enquadramentos legislativos e instrumentos financeiros de apoio à diversificação das atividades económicas, nomeadamente de promoção do desenvolvimento de atividades turísticas, nos territórios rurais (Neves, 2008). Esses instrumentos, em particular, os Planos de Desenvolvimento Local enquadrados no Programa de Iniciativa Comunitária Leader (Leader I, Leader II e Leader+) foram dinamizadores das

atividades turísticas nos territórios rurais, contribuindo em grande parte para a adaptação de patrimónios construídos para fins de alojamento turístico em zonas rurais (Neves, 2008; Silva, 2006). Contribuíram ainda para o desenvolvimento de infraestruturas de animação turística e iniciativas culturais, gastronómicas e desportivas, complementares do alojamento (Neves, 2008).

A alteração legislativa ocorrida em 2008, no que se refere à definição das várias modalidades de TER, dificulta a comparação dos dados estatísticos oficiais disponíveis.

No entanto, é possível afirmar que o TER tem vindo a assumir uma importância crescente no país. Entre 1984 (ano em que foram feitas as primeiras estatísticas sobre o sector) e 2003, o número de estabelecimentos TER teve um crescimento médio anual de 12,3%, aumentando de 103 para 936 unidades (Silva, 2006).

Em 31 de julho de 2016 estavam em atividade 1 305 estabelecimentos de turismo no espaço rural e turismo de habitação, 718 (55,0%) dos quais na modalidade de casas de campo. A região Centro foi a segunda região com maior capacidade de alojamento (24,1%) e número de estabelecimentos (22,2%) apenas superado pela região Norte que registou 37,6% dos estabelecimentos e 33,9% das camas disponíveis. No que respeita à ocupação, nos estabelecimentos de TER verificou-se, em 2016, um crescimento de 17,5% no número de hóspedes e um aumento de 14,2% no número de dormidas. Nestes indicadores a região Centro ficou atrás da região Norte e do Alentejo (INE, 2017).

Em 2017 o setor do turismo foi responsável por 18% das exportações contribuindo com 7,8% do PIB Português (Turismo de Portugal, 2018b). Apesar das assimetrias regionais, com o RevPar da região de Lisboa mais do dobro do valor da região Centro, por exemplo, esta região foi, em 2017, o destino com maior crescimento relativo em hóspedes estrangeiros e o segundo destino regional com maior crescimento relativo nos indicadores hóspedes e dormidas (Turismo de Portugal 2017, 2018b).

Como referido anteriormente, a distribuição das diversas modalidades de alojamento em empreendimentos de TER na zona Centro é semelhante à do resto do país, destacando-se a oferta nas modalidades “Casa de campo” e “Hotel rural” (DGADR, 2012).

Na região Centro tem-se verificado um maior equilíbrio entre oferta e procura, mas a oferta cresceu a um ritmo inferior ao da procura (Turismo de Portugal, 2018b).

Os principais emissores de turistas em TER são a Alemanha, a Espanha, a Holanda, a França e o Reino Unido, sendo que na região Centro predominam os turistas espanhóis. Para além destes destinos, os restantes principais emissores procuram locais com forte valor cultural (Turismo de Portugal, 2018b).

3.2.3 Análise de atratividade do setor

O Modelo das Cinco Forças de Porter desenvolvido por Michael Porter é uma estrutura que analisa a atratividade de um setor através da ação conjunta de cinco forças: ameaça de novos concorrentes, poder de negociação dos clientes, poder de negociação dos fornecedores, rivalidade entre empresas concorrentes e ameaça de serviços substitutos.

3.2.3.1 Ameaça de novos concorrentes

Novas empresas podem implicar uma perda de rendimento pela conquista de quota de mercado ou pela alteração que introduzem na dinâmica competitiva do setor. Constituem, por isso, uma ameaça para as empresas que operam na região ou no país.

A ameaça de nova concorrência depende das barreiras à entrada e da esperada retaliação das empresas já existentes no mercado. Uma das barreiras à entrada de novas empresas no sector do TER é o investimento inicial para a construção ou restauro dos imóveis e instalação de equipamentos. No entanto, existem programas de incentivo ao investimento no setor turístico, tais como as Linhas de apoio do Portugal 2020, a Linha de Apoio à Qualificação da Oferta, do Turismo de Portugal, e a Linha Capitalizar, que facilitam a obtenção do apoio financeiro necessário.

O acesso à distribuição é crucial neste setor, sendo importante ter uma boa rede de distribuição. Habitualmente as reservas são feitas pelo site da empresa, agências de viagens, telefone ou e-mail. A facilidade de acesso aos canais de distribuição é uma vantagem para a entrada de novos concorrentes.

Quando os serviços disponibilizados são pouco diferenciados a facilidade de imitação beneficia a entrada de novos concorrentes. Contudo, optando por um produto diferenciado e autêntico, como se pretende na Casa da Quinta, a possibilidade de imitação é reduzida.

Finalmente, a não existência de custos de mudança para o cliente incentivam a entrada de novos empreendimentos no sector.

3.2.3.2 Poder de negociação dos clientes

O sector da hotelaria, em geral, é caracterizado por um grande poder por parte dos clientes, devido à elevada oferta existente. Na região Centro o número de estabelecimentos de TER tem vindo a crescer, no entanto para o turista que procura atividades e programas que promovam a descoberta e o contato com a natureza, a cultura, a história e as tradições da região a oferta é mais reduzida.

Se por um lado o sector beneficia de um elevado número de clientes, bastante diversificado e globalmente crescente, por outro os clientes não têm qualquer tipo de custo em recorrer a um serviço diferente. A opção de compra dos produtos/serviços da Casa da Quinta e a repetição da

mesma terá de se basear na satisfação e na vantagem competitiva que advém das características do projeto.

Cada cliente em si pode não ter um grande peso, mas o seu poder de influenciar os outros e de partilhar opiniões pode ser vital para o sucesso do empreendimento. Com a internet e as redes sociais, os consumidores têm acesso a todo o tipo de informação e partilham opiniões entre eles.

3.2.3.3 Poder de negociação dos fornecedores

O poder de negociação dos fornecedores mede a sua capacidade de influenciar os termos sob os quais os bens ou serviços são vendidos ao setor. Assim, quanto maior o seu poder de negociação mais podem influenciar o negócio e impor uma política de preços, faturação, entrega e qualidade dos produtos.

Para o abastecimento dos produtos ou consumíveis associados à operação da Casa da Quinta existe um número considerável de fornecedores. Sempre que possível, serão privilegiados os produtores/fornecedores locais, numa perspetiva de autenticidade, dinamização da economia local e diminuição da pegada ecológica associada ao transporte. No entanto, se não se conseguirem localmente os produtos pretendidos nas condições de qualidade, preço e prazos de entrega desejados, serão adquiridos numa área mais alargada, sem dificuldade. Assim, o poder de negociação dos fornecedores é baixo.

Quando se trata de água, energia e gás os fornecedores apresentam um alto poder de negociação, uma vez que detêm o monopólio desses produtos.

No que respeita aos trabalhos de recuperação dos imóveis e dos espaços exteriores há várias empresas capacitadas para os trabalhos necessários, podendo a “Casa da Quinta” selecionar a que apresentar a melhor opção.

3.2.3.4 Rivalidade entre empresas concorrentes

A análise da rivalidade entre as empresas existentes reflete a intensidade competitiva entre as empresas que operam no setor. Esta análise permite uma melhor compreensão da influência dos concorrentes e de como eles atuam no mercado. Consequentemente, quanto maior a rivalidade entre os concorrentes existentes, menor é a rentabilidade do negócio.

Apesar de a hotelaria de TER estar em fase de crescimento, o número de concorrentes ainda é pequeno. Para além disso, pelas características da tipologia de alojamento, a maioria deles tem uma pequena dimensão. Habitualmente, cada empresa fornece os serviços básicos e essenciais para a permanência do cliente, adicionando alguns extras, como atividades e experiências, respondendo às necessidades do cliente e que enriqueçam a sua estadia. Assim, a diferenciação e a inovação são fatores-chave neste setor e cada concorrente procura oferecer algo diferente e exclusivo para os clientes. A diferenciação pode levar a um aumento da rentabilidade do negócio, mas o facto de a imitação pelos concorrentes não ser difícil contribui para o aumento

da rivalidade entre as empresas existentes. Por outro lado, a facilidade que os clientes têm em mudar de estabelecimento turístico também contribui para uma maior rivalidade entre concorrentes.

Quanto às barreiras de saída nesta indústria, os ativos detidos pelas empresas de TER não são especializados e, por isso, poderão ser vendidos com relativa facilidade. Para além disso são duráveis e podem apresentar um alto valor residual de venda.

Resumindo, em relação a todos os fatores acima mencionados, a rivalidade entre os concorrentes é moderada.

3.2.3.5 Ameaça de serviços substitutos

Serviços substitutos são formas de alojamento alternativos que respondem às mesmas necessidades dos consumidores do setor. Quanto maior a pressão dos substitutos menor a atratividade do negócio.

Para os consumidores que procuram apenas alojamento existem vários substitutos a considerar na região. Sendo a Casa da Quinta um empreendimento que engloba uma vertente de serviços abrangente, o projeto irá ao encontro das necessidades dos clientes de forma mais alargada.

Os custos de mudança dos clientes são reduzidos, pois é fácil mudar de um concorrente para outro sem incorrer em custos adicionais. O consumidor é propenso a trocar de produto caso este lhe traga mais valor acrescentado, dentro do valor que está disposto a pagar, pelo que a diversidade que a Casa da Quinta pretende proporcionar será uma vantagem em relação aos estabelecimentos que oferecem apenas alojamento.

Resumindo a análise das cinco forças de Porter que afetam a competitividade e, consequentemente a atratividade da indústria:

- Existem barreiras moderadas à entrada de novos concorrentes no mercado;
- Os clientes têm um poder de negociação moderado;
- Os fornecedores têm um baixo poder de negociação;
- Existe rivalidade entre concorrentes moderada;
- A ameaça de serviços substitutos é moderada.

Da análise resulta que a atratividade do sector é moderada.

3.3. Análise de Mercado

3.3.1 Análise da Procura

O turismo rural, assim como todas as formas de turismo contemporâneo, está em rápido desenvolvimento estimulado pela procura por um novo tipo de consumidor. Este não pretende apenas a fruição de um lugar diferente, mas uma experiência alternativa, e tem como objetivo não “o que posso comprar que não tenho”, mas “o que posso experimentar que ainda não experimentei” (Sgroi, Di Trapani, Testa, & Tudisca, 2014).

Segundo Neves (2008) o cliente-tipo de TER reside em Portugal, está na faixa etária entre os 25 e os 44 anos, é empregado(a) com habilitações superiores. Habitualmente tem estadias de duas noites e a descoberta da região e o contacto com a natureza são os principais motivos da viagem e da escolha deste tipo de alojamento (Neves, 2008).

O turista estrangeiro é adulto com mais de 35 anos, de elevado poder de compra, viaja sozinho ou com a família (casais, família de 1 a 3 pessoas) e tem estadias de 2 a 3 dias por destino na época alta. Em Portugal procura bom clima, natureza e contato com a cultura local e tem como principal fonte de informação e compra da viagem a internet. Os principais emissores de turistas em TER são a Alemanha, a Espanha, a Holanda, a França e o Reino Unido, mas são os espanhóis que mais optam pela região Centro (DGADR, 2012).

Outros emissores procuram locais com forte valor cultural, de que é exemplo o crescente interesse dos turistas brasileiros e israelitas no património judaico e dos descobrimentos em Belmonte (Gonçalves, 2017; Sanches, 2018; Turismo de Portugal, 2018b).

Os hóspedes em empreendimentos de TER dividem-se em dois segmentos bastante diferenciados:

- turista passivo - habitualmente casais com filhos adultos e famílias, procura relaxamento, valoriza os produtos naturais, a tradição e o conforto e têm estadias mais longas (DGADR, 2012);
- turista ativo - divide-se, por sua vez, em dois grupos: (a) casais jovens ou grupos de amigos entre os 35-45 anos, que percorrem o meio rural, pretendem um nível de conforto médio e com estadia mais curta; (b) famílias com filhos, que pretendem participar ativamente no trabalho rural, têm estadias mais longas e valorizam mais o conforto (DGADR, 2012).

De acordo com Sgroi, Di Trapani, Testa, & Tudisca (2014) cresce o número de pessoas mais velhas e mais ativas dispostas a viajar. De um modo geral, são viajantes mais experientes e sofisticados, que esperam atrações, instalações e serviços de alta qualidade, com preços e qualidade adequados (Sgroi, Di Trapani, Testa, & Tudisca, 2014).

A análise efetuada, pelo Turismo de Portugal (2018b), dos dados estatísticos relativos à atividade turística de 2017 na região Centro mostra que:

- foram ultrapassados os 3 milhões de hóspedes, correspondendo a uma quota de 15,5% no total da procura em Portugal, que representa um crescimento 13,2% face a 2016;
- crescimento contínuo no número de hóspedes, sobretudo nas dormidas de estrangeiros, que aumentaram em 26,6% (+294 mil), enquanto que os turistas nacionais aumentaram em 4,6% (+78 mil);
- os hóspedes estrangeiros permaneceram, em média, 2,0 noites e os nacionais 1,6 noites;
- crescimento bastante superior registado nas dormidas de estrangeiros, +29,3% (+623 mil), enquanto que os nacionais registaram +3,2% (+91 mil);
- 68,4% do crescimento ocorreu fora da época alta;
- crescimento das taxas de ocupação de camas, para 40,6%, e de quartos, para 47,9%, mas continuando abaixo da média nacional;
- foram alcançados 272 milhões € de proveitos globais e 189 milhões € de proveitos de aposento, com o rendimento médio por quarto disponível (RevPar) atingindo o valor record de 26,10 €.

A grande maioria dos turistas ainda optou por ficar em hotéis (Turismo de Portugal, 2018b).

3.3.2 Análise da Oferta

Em 2017 verificou-se, na região Centro, maior equilíbrio entre a oferta e a procura de alojamento. No entanto, a oferta cresceu a um ritmo inferior ao da procura, contabilizando-se +1,4% no número de estabelecimentos, +1,8% no número de quartos e +2,3% no número de camas (Turismo de Portugal, 2018b). Estes valores são relativos à globalidade de tipologias de alojamento.

Considerando os diferentes níveis de competição, é importante identificar os concorrentes que apresentaram as mesmas características da Casa da Quinta, considerando três variáveis: localização, tipologia e serviços disponibilizados.

Estando o TER estreitamente relacionado com a área geográfica de implantação, pelo património natural e construído, pela gastronomia, tradições e outros aspetos culturais, a localização é um dos principais fatores que influenciam a escolha do turista. Os serviços disponíveis são outro fator decisivo na escolha. Assim, a análise pretende identificar:

- os concorrentes diretos, que são as entidades que se caracterizam como TER, nomeadamente Casa de Campo, e que estejam na área geográfica da Casa da Quinta;
- os concorrentes indiretos, que são as entidades que apresentam um conceito semelhante ao da Casa da Quinta, mas que estão implantados noutra área geográfica.

Um levantamento prévio, através da informação disponível no Registo Nacional de Turismo, dos estabelecimentos existentes no território do continente, permitiu identificar os estabelecimentos alvo de uma análise mais detalhada (Anexo 1).

A tipologia de alojamento e a localização foram os primeiros critérios de análise. De seguida identificaram-se os serviços e as atividades disponibilizados no estabelecimento (Anexo 2).

Cruzando estes quatro elementos de análise com as características do projeto da Casa da Quinta agruparam-se os empreendimentos em dois grupos: concorrência direta e concorrência indireta, de acordo com os critérios acima definidos.

Tabela 2 – Concorrência direta e indireta

Concorrência Direta	Concorrência Indireta
Chão do Rio	Quinta do Barracão da Vilariça
Casa das Palmeiras	Herdade da Urgueira
Quinta Madre d' Água	Quinta da Cabrita
Casa da Lagariça	Imani Country House
Kazas do Serado	Colmeal Countryside Hotel
Palheiros do Castelo	
Moinho do Maneio	

Fonte: Elaborada pela autora com base na informação dos Anexos 1 e 2

Os concorrentes diretos listados são os que, pela proximidade e/ou semelhança de posicionamento no mercado, poderão interferir mais com a Casa da Quinta. No caso da Chão do Rio e da Casa das Palmeiras são os dois empreendimentos que mais se assemelham à Casa da Quinta, pelo que podem ser seus substitutos. Apesar de a Casa da Lagariça, a Kazas do Serado e a Palheiros do Castelo só disponibilizarem alojamento, sem serviços adicionais, podem desviar hóspedes menos atentos à diferenciação dos serviços da Casa da Quinta, por terem a classificação de Casa de Campo e estarem a menos de 15 minutos da Casa da Quinta.

3.4. Plano Estratégico

3.4.1 Visão, Missão, Valores e Objetivos

Visão

Ser a empresa de turismo em espaço rural de maior destaque na região e a primeira opção dos hóspedes, contribuindo para o desenvolvimento turístico sustentável.

Missão

Proporcionar uma estadia inesquecível, superando as expectativas dos hóspedes, combinando a experiência e a vivência rural ao conforto e à qualidade do serviço prestado.

Valores

- Hospitalidade e bem receber na tradição da Beira
- Autenticidade nas experiências e serviços fornecidos, respeitando a cultura e tradição
- Respeito por quem nos visita e pela cultura e tradição locais
- Sustentabilidade dos recursos

Objetivos

- Criar um empreendimento de turismo em espaço rural complementando o alojamento com experiências relacionadas com a cultura, a história e a natureza da região;
- Recuperar o património edificado e a envolvente natural da Quinta, no prazo de 1 ano;
- Fazer da Casa da Quinta a primeira escolha dos turistas que visitam o município do Sabugal e região envolvente;
- Estabelecer parcerias com os produtores agrícolas e outros agentes económicos locais para a aquisição de 25% dos bens e serviços de utilização corrente;

3.4.2 Análise SWOT

A análise SWOT é uma ferramenta estratégica importante, que permite à empresa identificar os principais fatores que caracterizam a sua posição estratégica global e quais são favoráveis ou desfavoráveis para atingir os seus objetivos.

SWOT é um acrónimo das palavras Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats. Trata-se de um cruzamento entre a análise do ambiente interno (Pontos Fortes e Pontos Fracos) e externo (Ameaças e Oportunidades) da Casa da Quinta. De seguida, serão identificadas as variáveis mais relevantes para a análise em questão.

Pontos Fortes

- Localização geográfica selecionada – proximidade às cidades do Sabugal, da Covilhã e da Guarda, da vila de Belmonte e às autoestradas A23 e A25, conjuga boas acessibilidades a partir de grandes centros urbanos (Lisboa, Porto, Salamanca, Madrid), com a implantação numa aldeia tranquila, mas perto de cidades de pequena dimensão;
- Desenvolvimento de experiências, atividades, programas e *workshops* específicos;
- Promotores com conhecimento profundo da região e das suas tradições;
- Boa relação com a população local e boa rede de contactos que possibilita a formação de um conjunto de parcerias-chave;
- Reabilitação de uma propriedade mantendo as suas características rurais;
- Autenticidade dos produtos regionais a disponibilizar;
- Ambiente acolhedor e tratamento personalizado.

Pontos Fracos

- Falta de experiência da gestão no ramo hoteleiro;
- Mão-de-obra local diminuta e com pouca formação;
- Dificuldade na comunicação da diferenciação do projeto;
- Divulgação insuficiente;
- Necessidade de financiamento para início do projeto.

Oportunidades

- Região com forte dimensão histórico-cultural – Aldeias históricas (Sortelha, Belmonte, Monsanto), monumentos e museus, recreações históricas;
- Rotas e roteiros pedestres, proximidade à Grande Rota das Aldeias Históricas, à Grande Rota do Vale do Côa e à Grande Rota do Zêzere;
- Património natural - Reserva Natural da Serra Malcata, Parque Natural da Serra da Estrela, praias fluviais;
- Exploração de um mercado pouco diferenciado na região;
- Gastronomia tradicional rica e variada;
- Aumento do interesse pelos territórios rurais e produtos regionais;
- Forte procura por Turismo da Natureza, classificação da Serra da Estrela como Geoparque Mundial da UNESCO;
- Mercado espanhol de proximidade com dimensão e apetência;
- Renovação da linha ferroviária da Beira Baixa completando a ligação à Guarda e à Europa;
- Programas de incentivo ao investimento em infraestruturas turísticas.

Ameaças

- Escassez de transporte público e distância a aeroportos;
- Dificuldades em obter financiamento;
- Sazonalidade;

Da análise SWOT efetuada podemos afirmar que a localização geográfica, o património histórico, cultural e natural da região, as características particulares das experiências a criar e o conhecimento que os promotores têm da região, são fatores potenciadores da atividade da Casa da Quinta.

Foram identificados alguns pontos fracos e ameaças, que poderão perturbar o crescimento da empresa. Procuraremos colmatar essas fraquezas de modo a eliminar ou diminuir a sua influência. Assim, para as condicionantes consideradas mais relevantes foram pensadas as seguintes ações mitigadoras:

Tabela 3 – Condicionantes ao crescimento da empresa e ações mitigadoras

Condicionante	Ação mitigadora
Escassez de transporte público e distância a aeroportos	Parceria com empresa de transporte de passageiros (táxi) da localidade Transporte assegurado pela Casa da Quinta
Falta de experiência da gestão no ramo hoteleiro Mão-de-obra diminuta e com pouca formação	Parcerias com escolas de hotelaria da região Formação profissional dos colaboradores
Sazonalidade	Criação de programas específicos para a época baixa

Fonte: Elaborada pela autora

3.4.3 Fatores críticos de sucesso

Os fatores críticos de sucesso de um projeto são as áreas cujos resultados positivos são determinantes para o desempenho competitivo e sucesso da empresa. Para a Casa da Quinta identificam-se os seguintes fatores críticos de sucesso:

- Hospitalidade e bem receber - no turismo em espaço rural o hóspede não se desloca apenas para dormir, vai sobretudo para se sentir envolvido na experiência rural. O acolhimento personalizado do turista será um fator diferenciador da Casa da Quinta, superando as expectativas dos hóspedes, contribuindo para o seu posicionamento no mercado, pois pretende que seja a principal motivação para a escolha do alojamento;
- Autenticidade – a Casa da Quinta vai procurar que os serviços prestados e as experiências desenvolvidas valorizem e traduzam as características e vivências da comunidade local; a reabilitação dos edifícios e do jardim, mantendo a configuração original, vai contribuir para a integração da propriedade na envolvente rural e para a recuperação da memória do local;
- Envolvente da Casa da Quinta – o património natural, histórico e cultural são elementos característicos da região. O conhecimento aprofundado do território onde se insere a Casa da Quinta vai possibilitar acomodar os interesses de diversos segmentos de mercado, com sugestões que se ajustem ao perfil de cada turista;
- Rede de parceiros locais – um dos objetivos da Casa da Quinta é a valorização e a divulgação dos produtos da região; as parcerias com produtores agrícolas, agentes económicos e outros parceiros locais são um elemento fundamental para a atividade da Casa da Quinta.

3.4.4 Estratégia Adotada

Com o projeto Casa da Quinta pretende-se colmatar uma lacuna identificada no alojamento em empreendimentos de TER na sub-região Beiras e Serra da Estrela, mais concretamente no Município do Sabugal. Nesta área geográfica a predominância de alojamento face a outros serviços disponíveis em empreendimentos de TER constitui uma oportunidade de negócio.

Com base na análise de mercado, nas análises interna e externa à empresa, na atratividade da indústria e os fatores críticos de sucesso, a melhor estratégia a adotar pela Casa da Quinta é uma estratégia de diferenciação.

A Casa da Quinta pretende disponibilizar um produto diferente da concorrência que, pela crescente procura dos territórios rurais para atividades de turismo e lazer e da vivência de experiências interativas e inovadoras, terá a aceitação do mercado.

O turista que escolhe o TER pretende um produto genuíno e diferenciado e está disposto a pagar por essa diferenciação.

3.5. Plano de Marketing

Definida a estratégia a adotar para a Casa da Quinta, na sequência da análise de mercado, das análises interna e externa à empresa e dos fatores críticos de sucesso, importa agora a sua operacionalização. Para isso será feita uma descrição detalhada dos produtos/serviços, política de preços, canais de distribuição e comunicação a utilizar para a concretização dos objetivos propostos.

A Casa da Quinta pretende transmitir aos seus clientes a identidade rural com produtos e vivências genuínos. A simplicidade e autenticidade da Casa da Quinta são as características evidenciadas no desenvolvimento da marca, nomeadamente no nome e o logótipo escolhidos.

Como já referido, a denominação Casa da Quinta foi escolhida por ser a designação dada à propriedade pela população da aldeia, mantendo assim a identidade do local.

A simplicidade e informalidade com que se referem à propriedade – a Quinta – corresponde à simplicidade do meio rural que o projeto pretende transmitir. A informalidade também está presente, porque se pretende que a Casa da Quinta faça parte da vivência e memória dos clientes como um local onde se sentem à vontade e que visitam com frequência.

O logótipo desenvolvido é a imagem dessa simplicidade e familiaridade.



A imagem despretensiosa, a preto e branco, da casa facilmente reconhecida por ser familiar e acolhedora, associada à simples designação da Casa da Quinta.

3.5.1 Produtos e Serviços

A Casa da Quinta é um empreendimento de turismo em espaço rural, na modalidade de “Casa de Campo”, cujo conceito é aliar conforto e hospitalidade com a descoberta e o contato com a natureza, a cultura, a história e as tradições da região onde se insere. O objetivo é que o hóspede se sinta em casa, partilhando as vivências e os ambientes da região que visita.

A atividade principal da Casa da Quinta são os serviços de alojamento em espaço rural que serão complementados com atividades, programas e *workshops* vocacionados para a divulgação da envolvente natural, do património e da memória da região.

Alojamento

O empreendimento é constituído por 15 unidades de alojamentos de várias tipologias de forma a dar resposta a diferentes segmentos de clientes.

Na antiga Casa Principal serão instalados:

- no 1º piso - 4 suites e 2 quartos duplos, que podem ser comunicantes;
- no rés-do-chão - 2 quartos duplos, um deles preparado para pessoas com mobilidade reduzida, que poderão ser comunicantes.

Na antiga Casa dos Caseiros prevê-se a instalação de 3 apartamentos T1. No Lagar serão instalados 3 apartamentos T1 e um quarto duplo, que pode ser comunicante com um dos apartamentos T1, transformando-o em T2.

As três tipologias de alojamento têm as seguintes características:

- Quarto duplo/*twin* – área de cerca de 35 m², equipado com uma cama de casal *queen size* ou duas de solteiro, com ocupação máxima de 2 adultos, sendo possível a colocação de 1 berço ou cama extra (criança até 5 anos);
- Suite - área de cerca de 60 m², quarto com uma cama de casal *queen size* e sala; ocupação máxima de 2 adultos + duas pessoas (até 16 anos) em cama extra (sofá cama);
- Apartamento T1- área de cerca de 72 m², quarto com uma cama de casal *queen size*, sala e *kitchenette*; ocupação máxima de 2 adultos + duas pessoas em cama extra (sofá cama).

A ocupação do empreendimento é de 30 hóspedes, podendo ser ampliada em 23 pessoas, se os 3 berços disponíveis e as camas extra forem todas ocupadas.

Todos os quartos e suites são equipados com mobiliário confortável e decoração que remete para o ambiente rural envolvente, casa de banho com banheira e/ou duche, secador e *amenities* de elevada qualidade. Nos apartamentos as *kitchenettes* são equipadas com placa, micro-ondas, frigorífico, loiças e utensílios de cozinha, mesa e cadeiras.

Todas as unidades de alojamento dispõem de ar condicionado, televisão e telefone. Algumas delas dispõem de salamandras a lenha.

Na Casa Principal estão instaladas as áreas de utilização comum, como a receção, sala de refeições, salas de estar e sala de jogos, biblioteca, sala de refeições e as respetivas áreas de apoio.

Em todos os espaços interiores e exteriores existirá *wi-fi* gratuito.

Serviço de refeições ligeiras

Na Casa da Quinta são servidos os pequenos-almoços entre as 8h00 e as 11h00 na sala de refeições na Casa Principal. Nos apartamentos, os pequenos-almoços serão entregues durante aquele período, à hora solicitada. Em qualquer dos casos, a escolha do pequeno-almoço deverá ser efetuada no dia anterior.

Para além dos pequenos-almoços, serão servidas refeições ligeiras (sopas, saladas e frutas) utilizando produtos da horta, assim como petiscos e doces, que evidenciem a tradição gastronómica e os produtos regionais. Este serviço estará disponível das 12h00 às 21h00.

Junto da piscina será instalado um espaço de apoio que prestará serviço de bebidas e onde podem ser pedidas as refeições ligeiras. Este espaço apenas estará em funcionamento em conjunto com a piscina, previsivelmente desde o início de junho até ao final de setembro.

Poderão ser preparados cestos de piquenique com os produtos/pratos que habitualmente integram o menu, quando solicitados com a devida antecedência.

Todas as refeições serão ajustadas à sazonalidade e à disponibilidade dos produtos típicos da região.

Como a Casa da Quinta não dispõem de restaurante, pretende formalizar uma parceria com o restaurante “Casa da Esquila” para que os seus hóspedes usufruam de descontos nas refeições e produtos que consumirem. Este estabelecimento fica a cerca de 600 metros da “Casa da Quinta” e é um restaurante de referência na região.

Espaços exteriores

A Casa da Quinta privilegia o contato com a natureza e a envolvente rural. Para isso, o projeto prevê a reabilitação do jardim e do espaço arborizado da propriedade. Será criada uma horta, onde serão produzidos hortícolas e frutos para consumo próprio e eventual venda aos hóspedes, dependendo da sazonalidade e das quantidades produzidas.

Pelo seu enquadramento na paisagem e no conceito da Casa da Quinta será instalada uma piscina biológica. Neste tipo de piscinas o tratamento da água é feito naturalmente pelas plantas, sem adição de produtos químicos para a depuração e manutenção da qualidade da água. Outra vantagem é a poupança de água, uma vez que não é necessária a renovação anual do volume de água, bastando manter o nível adequado.

Ainda no âmbito do conceito da Casa da Quinta, será instalado um campo de jogos tradicionais onde os mais novos poderão aprender e os mais velhos recordar as brincadeiras e os jogos de aldeia, tais como o jogo da malha, as corridas de sacos, o jogo da macaca, do pião ou do berlinde.

A Casa da Quinta tem à disposição duas pequenas tendas para acampar com os mais pequenos e ver as estrelas no céu da quinta. Algumas noites poderão ser passadas a ver filmes ou a ouvir música ao vivo no jardim.

Os hóspedes poderão ainda usufruir de uma zona para churrascos, fazer piqueniques na quinta ou terminar o dia ao calor da lareira exterior.

Atividades e experiências

O aspeto diferenciador da Casa da Quinta em relação aos seus concorrentes mais próximos e, em grande parte, o fator desencadeador do projeto, são as experiências. Estas poderão ser atividades, programas ou *workshops*, vocacionados para a divulgação da envolvente natural, do património e da memória da região.

As atividades e experiências poderão ser disponibilizadas pela Casa da Quinta, com a colaboração ou organização exclusiva de parceiros, nomeadamente empresas de animação turística da região. A possibilidade de estabelecer parcerias com duas destas empresas da região, uma com sede no Casteleiro e outra com sede na Covilhã, permitirá colocar à disposição dos hóspedes um leque variado de experiências.

Para ficar a conhecer a envolvente natural, histórica e cultural da região os hóspedes da Casa da Quinta podem percorrer os percursos sinalizados ou os caminhos da aldeia, a pé ou usando as bicicletas disponíveis na Casa da Quinta. Poderão participar nos passeios pelas aldeias históricas, ou percorrer as Grandes Rotas do Côa, das Aldeias Históricas ou do Zêzere. A Casa da Quinta ou os seus parceiros proporcionam os meios para essas atividades.

Nas atividades disponibilizadas pela Casa da Quinta serão privilegiadas as relações com os fornecedores/parceiros locais dos produtos ou serviços consumidos no empreendimento.

A maioria das atividades a seguir descritas carece de marcação prévia e algumas delas de um número mínimo de participantes. Na Casa da Quinta e nos seus meios de divulgação e contato com os clientes serão disponibilizadas todas as informações necessárias à reserva e desenvolvimento das atividades, bem como os preços associados.

Tabela 4 - Experiências disponíveis na Casa da Quinta

Atividade	Descrição do conteúdo	Duração
Da vinha ao copo	Visita a vinhas e adegas, participação na vindima (sazonal), refeição com prova de vinhos da região.	1 dia
De onde vem o azeite?	Visita ao olival. Participação na apanha da azeitona (sazonal) e/ ou visita ao Museu do Azeite em Belmonte e prova de azeites. Inclui refeição ou piquenique no olival da quinta.	1 dia
As ovelhas, o leite e o queijo	Acompanhar o pastor na quinta, visita a queijaria e prova de queijos da região	1 dia
O mel das abelhas	Informação sobre as abelhas e a produção do mel, prova de vários tipos de mel	1/2 dia
A encher chouriços	Informação sobre a matança tradicional do porco e a sua importância na alimentação familiar, produção artesanal de alguns enchidos tradicionais da aldeia. Prova de enchidos tradicionais	1/2 dia
São Martinho na Quinta (sazonal)	Preparar a fogueira para fazer o magusto, assar as castanhas e beber a jeropiga e a água-pé, com animação à volta da fogueira	1/2 dia
Meter as mãos na massa	Fazer pão em forno de lenha: amassar o pão e, enquanto a massa leveda, acender o forno de lenha, levar o pão a cozer e esperar para a prova final	1/2 dia
Da horta ao prato	Passar a manhã a tratar da horta e a apanhar os legumes e as frutas para preparar o almoço	1/2 dia
Malha do centeio (sazonal)	Recriar a malha tradicional do centeio com manguais, animação e cantares e saborear o almoço da malha	1/2 dia
A desfolhada (sazonal)	Recriar a desfolhada do milho, a tradição do milho rei, animação e cantares e saborear o jantar da desfolhada	1/2 dia
Os doces tradicionais	Fazer os doces dos tabuleiros da noiva ou que só eram comidos nas festas da aldeia e depois provar o resultado do esforço	1/2 dia
Piquenique na Quinta	Disfrutar dos sabores tradicionais, em qualquer recanto da quinta (exceto zonas de acesso condicionado)	1/2 dia

Fonte: Elaborada pela autora

Outros produtos e serviços disponíveis

A Casa da Quinta dispõe de uma sala de utilização diversificada, na antiga Adega, com cerca de 250 m², adequada para vários tipos de eventos privados ou corporativos. A capacidade máxima da sala é de 100 pessoas e será ajustada de acordo com a atividade pretendida. Estarão disponíveis equipamentos audiovisuais, mas o restante equipamento e mobiliário será da responsabilidade do utilizador do espaço.

Os hóspedes poderão prolongar os sabores e sensações para além da sua estadia na Casa da Quinta, adquirindo os produtos regionais e artesanais que aí consumiram. Assim, os

fornecedores da Casa da Quinta poderão colocar à venda os seus produtos ou fazer a entrega de encomendas efetuadas pelos hóspedes da Casa da Quinta.

A Casa da Quinta dispõe de um abrigo temporário para animais que acompanhem os seus donos nas suas “escapadinhas” ou férias, mediante um pagamento adicional. O espaço é composto por uma zona ampla vedada e por boxes individuais. A capacidade de alojamento do abrigo é limitada pelo que a disponibilidade terá de ser sempre confirmada aquando da reserva.

Para colmatar a escassez de transporte público e a ligação às estações de caminhos de ferro e aeroportos, a Casa da Quinta pretende formalizar uma parceria com a empresa de transporte de passageiros (táxi) da localidade ou, pontualmente, assegurar o transporte desde a Covilhã ou desde a Guarda.

3.5.2 Preço

O preço está estreitamente ligado à qualidade e credibilidade do produto ou serviço a disponibilizar. Na definição do preço foram tidos em conta, o nível de preços da concorrência, os custos fixos e variáveis da Casa da Quinta e, por fim, o preço que o consumidor estará disposto a pagar, ou seja, o preço psicológico.

A Casa da Quinta está muito bem localizada e terá um serviço diferenciador e de qualidade, que não existe nas localidades mais próximas. O turista que escolhe este tipo de empreendimento está disposto a pagar por essa diferenciação.

Numa fase inicial, de penetração no mercado, os preços a praticar na Casa da Quinta serão semelhantes, mas ligeiramente inferiores aos da concorrência direta. Ainda assim, serão suficientemente elevados para transmitir uma imagem de qualidade superior junto dos clientes. Prevê-se assim que consiga captar tanto os clientes mais sensíveis aos preços, como os clientes que privilegiam a qualidade e diferenciação do serviço.

Alojamento

Na tabela a seguir são indicados os preços de alojamento (preços de balcão), por noite e por quarto.

Tabela 5 – Preços de alojamento, com IVA incluído à taxa legal

Tipo de Alojamento	Preço época Baixa	Preço época Alta
Quarto single	50 €	60 €
Quarto duplo / <i>twin</i>	70 €	85 €
Suite	90 €	110 €
Apartamento T1	120 €	145 €
Cama extra	20 €	20 €

Fonte: Elaborada pela autora

A política de reservas adotada prevê:

- Berço ou cama extra (criança até 5 anos) é gratuito;
- Época alta – meses de julho, agosto e setembro;
- Épocas especiais – Natal, Passagem de Ano, Carnaval e Páscoa, aplicam-se as tarifas de época alta;
- Estadia mínima de 2 noites nos fins de semana da época alta e nas épocas especiais.

Serviço de refeições ligeiras

A ementa varia ao longo do ano, pois as refeições serão ajustadas à sazonalidade e à disponibilidade dos produtos típicos da região. O preço médio de cada refeição será de cerca de 10 € (IVA incluído à taxa legal).

Atividades e experiências

Para definir os preços cobrados por cada atividade, foram analisados os possíveis preços cobrados pelas empresas locais de atividades de lazer. Os preços foram definidos com base em possíveis parcerias com duas dessas empresas locais, pelo que os valores considerados estão em linha com os do mercado.

Tabela 6 – Preços de atividades na Casa da Quinta, por pessoa, com IVA incluído à taxa legal

Atividade	Preço/pessoa
Da vinha ao copo	40 €
De onde vem o azeite?	30 €
As ovelhas, o leite e o queijo	30 €
O mel das abelhas	20 €
A encher chouriços	40 €
São Martinho na Quinta (sazonal)	20 €
Meter as mãos na massa	30 €
Da horta ao prato	20 €
Malha do centeio	40 €
A desfolhada	40 €
Os doces tradicionais	40 €
Piquenique na Quinta	20 €
Utilização de bicicletas	8 €, 1/2 dia 15 €, 1 dia
Utilização de tendas (sem montagem)	Caução de 30 € / tenda

Fonte: Elaborada pela autora

Exceto no aluguer de bicicletas, as crianças até aos 11 anos têm 50% desconto quando acompanhadas por um adulto.

Nas atividades organizadas exclusivamente pelos parceiros a Casa da Quinta cobrará uma taxa de reserva de 10% sobre o preço da atividade. Nas atividades co-organizadas entre a Casa da Quinta e os parceiros este valor subirá para 50%. Estes valores são indicativos, podendo ser negociados caso a caso.

Sala multifuncional

O aluguer da sala multifuncional será alvo de orçamento específico para a utilização pretendida.

3.5.3 Distribuição

A Casa da Quinta utilizará como canal de distribuição a venda direta aos clientes, bem como as plataformas de pesquisa e reservas internacionais, os operadores turísticos parceiros, as agências de viagens e as empresas organizadoras de eventos.

Os canais diretos de distribuição, onde não existem intermediários no processo de compra, permitem a redução de custos e a criação de uma vantagem competitiva pela proximidade com o cliente. Por outro lado, os canais indiretos permitem uma maior divulgação do empreendimento, principalmente na fase inicial.

Na venda direta aos clientes o *website* terá a maior importância porque permite fazer reservas diretas.

Por outro lado, e como canal de distribuição indireto, serão utilizadas as plataformas de pesquisa e reservas internacionais mais populares (booking, tripadvisor, trivago, momondo, TopRural, escapadarural), agências de viagens (Viagens Abreu, TopAtlântico), os operadores turísticos parceiros e empresas que organizam experiências e eventos.

3.5.4 Comunicação

Sendo o turismo uma atividade económica muito competitiva, a comunicação é uma variável essencial para divulgar a Casa da Quinta e os serviços que disponibiliza, de modo a despertar o interesse de potenciais clientes em a conhecer e experienciar. Acresce que a informação sobre a diferenciação dos serviços da Casa da Quinta, relativamente a outras casas de campo da região, deverá ser clara, pois só assim o mercado os poderá considerar.

A Casa da Quinta desenvolverá um Plano de Comunicação assente em dois tipos diferentes de comunicação:

Promoção de vendas e Relações Públicas

Será feito um esforço constante na divulgação da Casa da Quinta junto de operadores turísticos parceiros, agências de viagens e presença em feiras da especialidade. A divulgação do espaço multifuncional Adega será feito junto de empresas de organização de eventos.

Do ponto de vista de Relações Públicas, serão privilegiados os contactos com órgão de informação especializada nacional e internacional, assim como com *influencers* relevantes para o negócio.

A criação de uma *newsletter* e a sua divulgação através de *e-mail* manterá a ligação aos clientes que já fizeram reservas na Casa da Quinta. Esta *newsletter* será depois disponibilizada no *website* e divulgada nas redes sociais.

Será criado um programa de fidelização com vantagens e/ou ofertas, como descontos em atividades organizadas pela Casa da Quinta ou oferta de produtos regionais em estadias consecutivas, para estimular o regresso do cliente.

As plataformas de pesquisa e reservas internacionais serão um importante veículo de comunicação uma vez que, para além das informações fornecidas pelo promotor, são alimentadas com as opiniões de clientes que usufruíram dos serviços e experiências do empreendimento.

Marketing digital

Os instrumentos de comunicação são muito abrangentes, mas a internet tem vindo a revelar-se um dos mais dinâmicos no sector do turismo. Por essa razão, será criado um *website* contendo as informações sobre a Casa da Quinta, as suas instalações e os serviços prestados. Incluirá ainda informações sobre as atividades a realizar, os preços e promoções ao longo do ano, os meios de contactos e permitirá efetuar reservas *online*.

As redes sociais são outro instrumento a utilizar neste contexto, sobretudo na divulgação de eventos e promoções, bem como de atividades desenvolvidas. Pretende-se criar uma relação de emocional com os seguidores transmitindo a simplicidade e autenticidade da Casa da Quinta.

Os conteúdos dos instrumentos acima mencionados serão desenvolvidos de modo a transmitir o conceito da “Casa da Quinta” e a sua simplicidade e autenticidade.

3.6. Plano de Organização e Recursos Humanos

O Turismo em Espaço Rural tem características muito próprias, valorizando o contato entre anfitriões e visitantes, com um acolhimento personalizado.

Na concretização do conceito da Casa da Quinta os recursos humanos assumem uma grande importância. A união da tradicional hospitalidade da Beira, com o conforto da estadia e a partilha das particularidades da região requer colaboradores que associem preparação na área da hotelaria, conhecimento sobre a região e, sobretudo, competências de comunicação e relacionamento com o cliente. Estes serão os referenciais no processo de recrutamento e seleção dos recursos humanos.

Para o aperfeiçoamento das competências dos colaboradores, serão definidas, ao longo dos anos de funcionamento, formações básicas que todos os colaboradores devem realizar e formações adequadas a cada função.

Pretende-se estabelecer parcerias com as escolas de hotelaria e turismo da região, como forma de colmatar as necessidades de recrutamento e formação dos colaboradores da Casa da Quinta.

A Casa da Quinta será uma empresa de pequena dimensão, pelo que a estrutura organizacional será relativamente simples, conforme organograma da empresa.

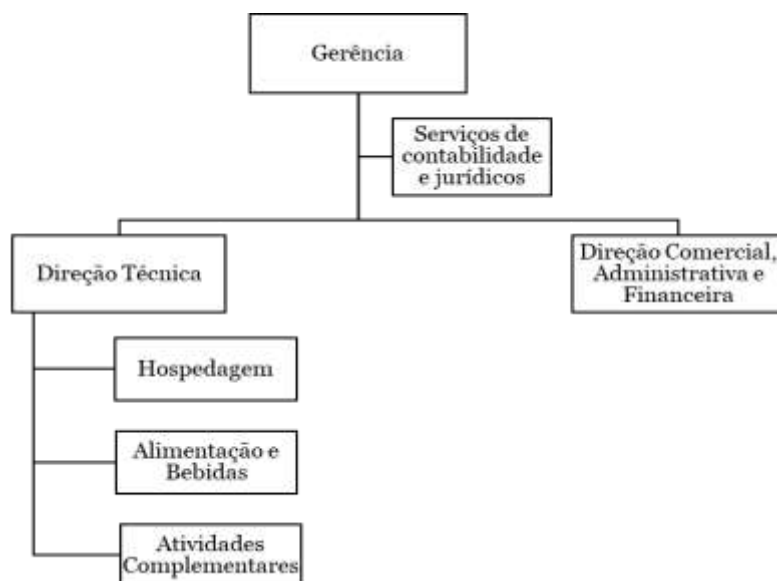


Figura 5 – Organograma da Casa da Quinta

A estrutura organizacional da Casa da Quinta divide-se, na dependência da Gerência, em 2 direções principais: Direção Técnica e Direção Comercial, Administrativa e Financeira.

Por sua vez, sob a Direção Técnica estão a Hospedagem (inclui receção e alojamento), a Alimentação e Bebidas (inclui serviço de pequenos almoços e refeições ligeiras e serviço de bar) e as Atividades Complementares.

Os instrumentos de regulamentação coletiva deste setor estabelecem o descritivo de funções e definem os vencimentos mínimos de cada categoria profissional, bem como as demais regras a cumprir. Atualmente, os vencimentos regulamentados para as categorias profissionais que a Casa da Quinta irá contratar estão abaixo do ordenado mínimo nacional. Tendo em conta que é espectável a revisão destes vencimentos, a Casa da Quinta optou por usar já como referência ordenado mínimo nacional. O subsídio de alimentação será pago em espécie, de acordo com a regulamentação coletiva.

A tabela a seguir especifica as funções e competências e identifica a remuneração mensal de cada colaborador da Casa da Quinta com base na regulamentação coletiva do sector⁵.

Tabela 7 - Descritivo de funções, competências e remuneração dos colaboradores

Nome	Função	Competências	Remuneração
Paula Vieira	Gerente Direção Técnica	Gestão dos sectores de hospedagem, alimentação e bebidas e atividades complementares; Gestão dos recursos humanos.	1 268 €
Susana Vieira	Gerente Direção Comercial, Administrativa e Financeira	Gestão financeira e administrativa; Gestão comercial, de comunicação e marketing; Programação de atividades complementares.	1 000 €
---	Rececionista	Gestão de reservas e da receção (<i>check-in</i> e <i>check-out</i>);	635 €
---	Rececionista estagiário	Acompanhamento dos hóspedes; Atendimento telefónico, faturação e apoio administrativo.	600 €
---	Empregada de andares	Preparação e limpeza das unidades de alojamento e espaços comuns, trabalhos de engomadoria e lavagem de roupas da Casa da Quinta, colaboração nos serviços de pequenos-almoços.	635 €
---	Cafeteiro	Serviço de pequenos-almoços e lanches, pela confeção de cozinha ligeira e serviço de bar;	635 €
---	Estagiário de cafeteiro	Limpeza e tratamento de louças, utensílios e equipamentos usados no serviço da secção; Limpeza e arrumação dos seus espaços de trabalho.	600 €

Fonte: Elaborada pela autora

⁵ Contrato coletivo entre a Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP) e o Sindicato dos Trabalhadores e Técnicos de Serviços, Comércio, Restauração e Turismo - SITESE (alojamento) - Revisão global, publicado no Boletim de Trabalho e Emprego nº 30.

Os serviços especializados de contabilidade e apoio jurídico serão contratados externamente.

No setor das Atividades Complementares são geridas as experiências desenvolvidas exclusivamente pela Casa da Quinta e as atividades associadas à ocupação da sala multifuncional. Serão alocados os recursos humanos necessários a cada atividade através da contratação de serviços externos pelo período que se justificar.

Será contratada uma empregada de limpeza, a tempo parcial, em serviço externo, para auxiliar a empregada de andares. A jardinagem e a manutenção serão efetuadas em regime de serviços externos de acordo com as necessidades da empresa.

Pontualmente, em períodos de maior ocupação, a equipa será reforçada com a contratação de elementos externos, nomeadamente um empregado de mesa e empregada de limpeza. Prevê-se a contratação de mais um rececionista e o reforço da equipa de alojamento quando a ocupação do estabelecimento o justificar. Prevê-se a contratação de um cozinheiro se o número de refeições servidas o justificar.

3.7. Plano de Operação

3.7.1 A Localização

A Casa da Quinta será instalada na Quinta da Mimososa localizada na aldeia do Casteleiro, no extremo ocidental do Município do Sabugal, já em plena Cova da Beira, a cerca de 20 km do Sabugal, 30 Km da Covilhã e a 40 Km da Guarda.

As acessibilidades à aldeia são boas, pela proximidade à autoestrada da Beira Interior (A23), cuja saída mais próxima fica a cerca de 15 Km, em Caria, e à autoestrada das Beiras Litoral e Alta (A25). A A23 constitui a ligação rodoviária mais rápida entre a principal fronteira terrestre do país, Vilar Formoso, e Lisboa. A A25 é a principal via rodoviária entre o litoral e o interior do país e de ligação ao resto da Europa. O transporte ferroviário é ambientalmente mais sustentável e é também uma opção para chegar ao Casteleiro, através das linhas da Beira Baixa e da Beira Alta. A renovação, em curso, da linha da Beira Baixa, completando a ligação da Covilhã à Guarda e à Europa, vai tornar este meio de transporte mais prático, apesar de ter de se complementar com transporte rodoviário.

As vias de comunicação rodoviárias e ferroviárias permitem um fácil acesso à Casa da Quinta a partir de grandes centros urbanos como Lisboa, Porto, Salamanca e Madrid.

A Casa da Quinta fica à saída da aldeia, na direção de Caria, um pouco desviada da estrada nacional (300 metros), numa propriedade com cerca de 7,5 hectares. A sua localização permite usufruir de uma paisagem desde os campos agrícolas circundantes, à Serra da Opa, que delimita em parte o vale, até à Serra da Estrela no horizonte.

O Parque Natural da Serra da Estrela, a Reserva Natural da Serra da Malcata, as Grandes Rotas do Zêzere e do Côa e as praias fluviais do Sabugal e do Meimão são alguns dos locais onde é possível desfrutar da natureza e que são facilmente acessíveis a partir da Casa da Quinta.

A proximidade das aldeias históricas de Sortelha e de Belmonte, das Rotas das Judiarias e dos Castelos de Fronteira, do Museu dos Descobrimentos e do Museu “Vilar Formoso Fronteira da Paz” faz da Casa da Quinta o ponto de partida para uma viagem à história de Portugal.

A localização da Casa da Quinta permite aos visitantes conhecer e usufruir da diversidade de atividades tradicionais, agrícolas, gastronómicas e culturais da região.

3.7.2 O Processo

3.7.2.1 Estrutura e Lay-out

A Casa da Quinta será instalada na Quinta da Mímosa, propriedade agrícola com cerca de 7,5 hectares. A área de implantação do empreendimento turístico será de cerca de 3,6 ha, ficando a restante área da propriedade afeta à atividade agrícola, a reabilitar posteriormente (Anexo 3). O acesso à Casa da Quinta é fácil a partir da Rua da Estrada (troço urbano da EN 18-3).

A antiga Casa Principal será o edifício central do empreendimento. O 1º piso, destinado a alojamento, contará com 4 suites e 2 quartos duplos. No r/c serão instalados 2 quartos duplos, um deles preparado para pessoas com mobilidade reduzida, que poderão ser comunicantes. Este piso inclui as áreas de utilização comum, como a receção, sala de refeições, sala de estar, biblioteca e instalações sanitárias. A área administrativa, a cozinha e as respetivas áreas de apoio ao serviço de pequenos almoços e refeições ligeiras ficarão também neste piso. Na semicave será instalada uma sala de jogos com ligação direta à rua. Para além disso, ficarão as áreas de apoio aos funcionários (vestiários, balneários, sala de estar), a lavandaria e arrumos de equipamentos, produtos e consumíveis necessários à operação da Casa da Quinta.

Nas antigas dependências agrícolas serão instalados os restantes alojamentos, de várias tipologias. Para a antiga Casa dos Caseiros e arrumos estão previstos 3 apartamentos T1. O Lagar fica a cerca de 50 m da casa principal e nele está prevista a instalação de 3 apartamentos T1 e um quarto duplo, que pode ser comunicante com um dos apartamentos T1 transformando-o em T2.

Em frente à Casa Principal fica a antiga Adega que alojará uma sala de utilização diversificada (reuniões ou *workshops*, por exemplo).

As várias tipologias de alojamento estão ilustradas no Anexo 4.

No exterior será reabilitada a área arborizada e o jardim envolvente, com a instalação de uma piscina, um parque infantil e outros equipamentos de lazer. Um pequeno armazém junto da piscina será recuperado para a instalação de um bar e sanitários de apoio. O forno a lenha

existente será substituído por um pré-fabricado, mais pequeno, e está também prevista uma zona para churrascos.

Da área agrícola da quinta apenas será recuperada uma horta para utilização própria e dos hóspedes.

Na reabilitação dos edifícios prevê-se a recuperação das estruturas preexistentes, mantendo a configuração geral de cada edifício, efetuando as alterações dos espaços interiores, a construção de elementos pontuais ou a abertura de novos vãos. Será necessária a substituição de coberturas e revestimentos e, eventualmente, de peças estruturais.

As infraestruturas de ligação à rede elétrica, água e rede pública de saneamento existentes serão todas substituídas ou construídas de raiz. A reinstalação da rede de águas vai contemplar a recolha de águas pluviais para um reservatório para utilização na rega do jardim. Serão melhorados o caminho de acesso aos edifícios, a partir da via pública, e os restantes caminhos que possibilitam a circulação a pé por toda a propriedade.

3.7.2.2 Dimensionamento do empreendimento

O dimensionamento da Casa da Quinta é uma decisão importante que define a capacidade de alojamento a instalar, isto é, número e tipologia de unidades de alojamento, tendo em conta as características da propriedade, a concorrência direta, a procura atual e a previsão da procura futura.

De acordo com o Plano Diretor Municipal (PDM) do Sabugal (Aviso n.º 9352/2018, 2018) a Quinta da Mimosa ocupa uma área classificada como Espaço Agrícola de Usos Múltiplos. Como tal tem restrições relativas a atividades económicas e respetivas áreas de implantação. Com o projeto da Casa da Quinta pretende-se a reconstrução dos edifícios existentes, mantendo a baixa densidade construtiva, e a manutenção de áreas arborizadas e de jardim. Contudo, ainda existe uma margem para a construção de novas edificações sem comprometer o cumprimento do PDM.

Analisando os empreendimentos de TER na região, verifica-se que a maioria das empresas oferece até 15 unidades de alojamento, de várias tipologias (quartos, suites, apartamentos ou casas), sendo o mais comum 4 a 6 unidades de alojamento.

Na Casa da Quinta serão instaladas 15 unidades de alojamento, de várias tipologias, aproveitando as particularidades de cada edifício existente.

No dimensionamento do empreendimento deve ser também considerado um conjunto de indicadores, nacionais e internacionais, que possibilitem uma visão realista da procura atual, bem como uma previsão do número futuro de dormidas.

Da análise da procura verifica-se um crescimento contínuo no número de hóspedes, sobretudo nas dormidas de estrangeiros e das taxas de ocupação. A oferta também aumentou, mas a um ritmo mais lento. Para além disso, os estabelecimentos de TER são ainda uma parcela pequena na globalidade de alojamentos, havendo margem para a criação de mais empreendimentos deste tipo.

Tendo em conta o crescimento da procura, mas tentando minimizar o excesso de capacidade na época baixa, a estrutura da Casa da Quinta permite fechar algumas unidades de alojamento sem comprometer o funcionamento global do empreendimento. Isto permite um equilíbrio entre a capacidade de resposta nos picos de procura e os custos de manutenção de uma instalação desta natureza.

3.7.3 Equipamentos e Tecnologia

No que respeita ao equipamento e à tecnologia utilizadas no projeto, há que distinguir duas áreas: a remodelação/construção e a área operacional.

Na remodelação/construção serão incluídas tecnologias que permitam a eficiência energética e de outros recursos.

O clima no concelho do Sabugal é muito rigoroso, ou seja, o Inverno é muito frio, com temperaturas negativas, e no Verão a temperatura média é bastante elevada. Esta condicionante obriga à utilização de elementos construtivos (janelas e portas, por exemplo) que garantam o isolamento térmico dos espaços. Como é necessária a climatização dos espaços durante a maior parte do ano, todos os alojamentos serão equipados com aparelhos de ar condicionado.

Tendo em conta as necessidades energéticas de um projeto deste tipo, serão adotadas soluções para a utilização de energias renováveis. Assim, será feito o aproveitamento da energia solar para o aquecimento das águas quentes sanitárias e a instalação de lareira ou salamandra em alguns espaços, onde será utilizada, preferencialmente, lenha resultante da limpeza das zonas arborizadas da quinta e de outras na aldeia.

Na fase de implementação do projeto não serão instalados painéis fotovoltaicos, para a produção de energia para autoconsumo, por representar um acréscimo considerável no investimento inicial. Contudo, é uma tecnologia que poderá ser implementada posteriormente.

Na escolha dos equipamentos elétricos a instalar terá como fator decisivo a eficiência energética e o baixo consumo.

Uma vez que as redes de águas terão de ser totalmente refeitas, será tido em conta o aproveitamento de águas provenientes dos lavatórios, banheiras e duchas para as descargas de autoclismo. As águas pluviais também serão recolhidas e utilizadas na lavagem de pátios e rega do jardim. Para além do impacto positivo no ambiente, a reutilização de água permite uma

poupança considerável nos consumos, o que compensará a curto prazo o pequeno acréscimo no investimento.

A escolha de uma piscina biológica em vez de uma piscina convencional teve como fatores de decisão os custos de construção e manutenção, por um lado, e o seu enquadramento na paisagem e no conceito do projeto da Casa da Quinta. Os custos de construção são semelhantes aos das piscinas convencionais. Os custos de manutenção são inferiores, desde logo por não ser necessária a renovação anual do volume de água, bastando manter o nível adequado, mas também porque o tratamento da água é feito naturalmente pelas plantas, sendo apenas necessária a limpeza do fundo da área para nadar. As piscinas biológicas recriam os sistemas lagunares pelo que, o que vemos é um lago perfeitamente enquadrado na envolvente do jardim.

Relativamente à tecnologia para a gestão hoteleira, será utilizado um *software* que facilite a gestão diária da Casa da Quinta e organize um conjunto de dados importantes na tomada de decisões. Estão disponíveis algumas soluções grátis ou de custo reduzido associadas a pacotes de telecomunicações. Das várias alternativas pesquisadas, a solução apresentada pela Altice Empresas, que em conjunto com a HHS (Host Hotel System) disponibiliza a solução Hstays, verificou-se a mais adequada à dimensão e necessidades da Casa da Quinta.

Será ainda criada a página Web da Casa da Quinta, constituindo o principal canal de distribuição e informação.

Foram considerados todos os equipamentos para o serviço de alojamento a prestar na Casa da Quinta (camas, toalhas, etc.), para o serviço de refeições (máquinas, pratos, talheres, etc.), de apoio à atividade (mobiliário de escritório, computadores, impressoras, etc.), de manutenção e os restantes serviços disponíveis.

Os equipamentos necessários são apresentados no Anexo 5 com as respetivas quantidades, preços e fornecedores.

3.7.4 Calendarização de Atividades

A data prevista para a abertura da Casa da Quinta é abril de 2022, data em que se prevê concluir a intervenção nos edifícios e no terreno, bem como toda a documentação necessária ao exercício da atividade. A implementação do projeto da Casa da Quinta está dependente de várias atividades e respetivas interdependências e tempos de execução.

Tabela 8 – Precedências das atividades

Atividade	Descrição	Precedência	Duração
A	Elaboração do plano e análise de viabilidade		3,5 meses
B	Constituição da Sociedade por quotas	A	1 semana
C	Reuniões com a Câmara Municipal	B	1,5 meses
D	Negociação e obtenção do financiamento	B	2,5 meses
E	Aquisição do imóvel	D	1,5 meses
F	Elaboração dos projetos do empreendimento	E	2,5 meses
G	Obtenção das licenças de construção	E, F	1 mês
H	Pesquisa e contrato de construtoras	F	2 meses
I	Execução da obra	G, H	11 meses
J	Negociação com fornecedores de equipamentos	I	2 meses
L	Aquisição e instalação de equipamentos	D, I	8 meses
M	Pedidos de licenciamento e registo	B, I	7,5 meses
N	Processo de recrutamento de pessoal		1,5 meses
O	Inspeção final e licença de atividade	M	1,5 meses
P	Desenvolvimento de campanhas comunicação	I	5 meses
Q	Abertura da Casa da Quinta	N, O	1 dia

Fonte: Elaborada pela autora

A organização das tarefas, por meses, está calendarizada no gráfico de Gantt a seguir.

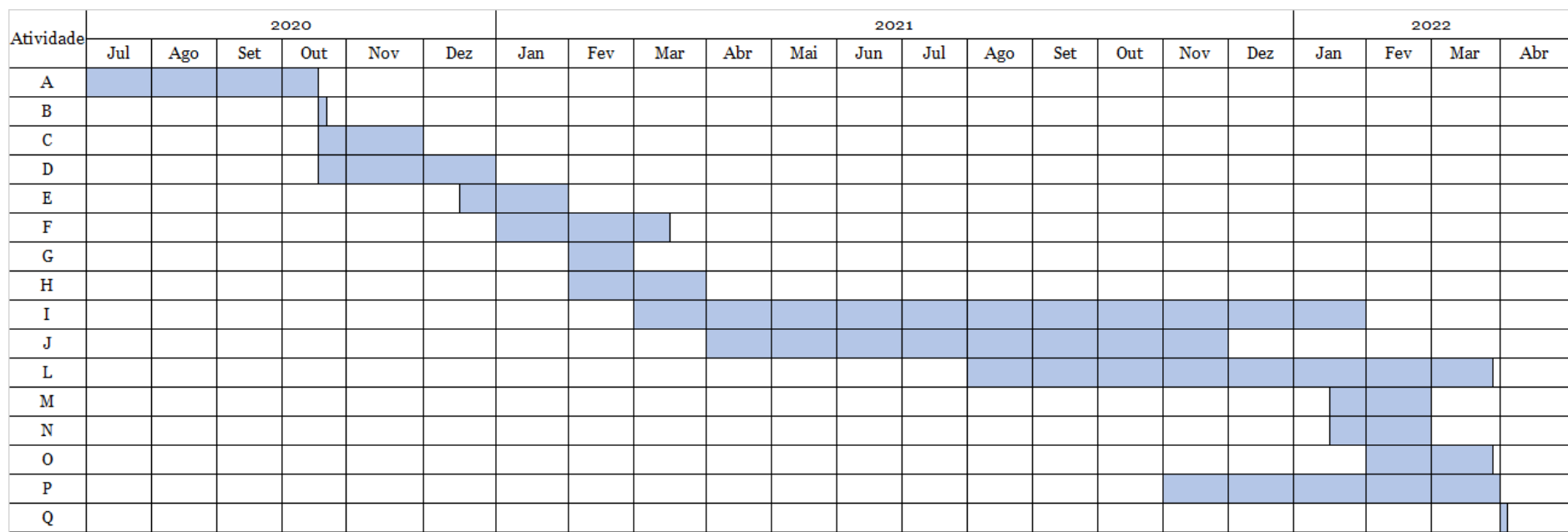


Figura 6- Gráfico de Gantt - Calendarização das atividades

- A Elaboração do plano e análise de viabilidade
- B Constituição da Sociedade por quotas
- C Reuniões com a Câmara Municipal
- D Negociação e obtenção do financiamento
- E Aquisição do imóvel
- F Elaboração dos projetos do empreendimento
- G Obtenção das licenças de construção
- H Pesquisa e contrato de construtoras

- I Execução da obra
- J Negociação com fornecedores de equipamentos
- L Aquisição e instalação de equipamentos
- M Pedidos de licenciamento e registo
- N Processo de recrutamento de pessoal
- O Inspeção final e licença de atividade
- P Desenvolvimento de campanhas comunicação
- Q Abertura da Casa da Quinta

3.8. Plano Económico-Financeiro

A Casa da Quinta é um empreendimento de turismo em espaço rural, na modalidade de “Casa de Campo”. A atividade principal de serviços de alojamento em espaço rural será complementada com fornecimento de refeições ligeiras e atividades vocacionadas para a divulgação da envolvente natural, do património e da memória da região.

O plano económico-financeiro pretende analisar a capacidade da empresa quanto à viabilidade financeira, através do cálculo e análise de indicadores de avaliação e gestão. Serão calculados e analisados o Valor Atual Líquido, a Taxa Interna de Rentabilidade e o Prazo de Recuperação do Investimento, com base nos pressupostos assumidos.

Dado que são utilizados valores previsionais para avaliar a viabilidade do projeto, serão efetuadas análises de sensibilidade a diversos cenários, de forma a verificar o impacto da alteração das variáveis consideradas mais relevantes na viabilidade do projeto.

3.8.1 Pressupostos

A análise financeira foi efetuada tendo em conta seguintes pressupostos:

- O projeto Casa da Quinta será analisado entre 2020 e 2040. O ciclo de vida de empreendimentos turísticos é de cerca de 20 anos, período em que as premissas são consideradas válidas;
- O projeto da Casa da Quinta entra em funcionamento a 1 de abril de 2022, pelo que no ano de 2022 serão apenas 9 meses de exploração;
- Os valores foram calculados considerando uma taxa de inflação de 1,1%, correspondente ao Índice Harmonizado de Preços no Consumidor, cujo valor foi retirado das Projeções para Portugal, atualizadas em 16 de junho de 2020 (Banco de Portugal, 2020b);
- As taxas de juro de financiamento a médio longo prazo referem-se à simulação “Caixaleasing Imobiliário Empresas” (Anexo 6);
- O custo com seguro de acidentes de trabalho foi de 1,2% da massa salarial, de acordo com os valores pesquisados no mercado;
- As taxas de retenção para as contribuições para a Segurança Social e de retenção de IRS foram as legalmente estabelecidas para o ano de 2020;
- Para simplificação dos cálculos assumiu-se uma taxa de IRS média considerando o agregado “casado com 1 dependente”;
- Considerou-se o prazo médio de recebimento dos clientes o (zero) dias, uma vez que as vendas serão realizadas, na sua maioria, a pronto pagamento;
- Assumiu-se a inexistência de stocks, tendo em consideração a proximidade e as entregas regulares dos fornecimentos;
- Os valores de vendas na folha de cálculo não incluem IVA;

- O cálculo das vendas de alojamento refere-se à ocupação de camas, para indexação ao número de hóspedes (1 cama = 1 hóspede);
- Na estimativa das receitas relativas às vendas de alojamento aplicaram-se preços médios, calculados tendo em conta os preços nas diferentes épocas turísticas, ponderados pela duração de cada uma delas;
- Atendendo à região onde se insere a Casa da Quinta, considerou-se Época Alta os seguintes períodos: julho, agosto, setembro, Natal, Passagem de Ano, Carnaval e Páscoa;
- Considerou-se que 5% dos clientes representam ocupação em “quarto single” e que 25% das suítes terão ocupação de 1 cama extra;
- Na estimativa das taxas de ocupação das camas consideraram-se os últimos dados disponíveis das taxas de ocupação para a Zona Centro (2018 e 2019) (Fonte: Turismo de Portugal);⁶
- O preço do alojamento inclui o pequeno-almoço, pelo que não se considera a venda de pequeno-almoço em separado;
- As vendas de refeições referem-se à venda de refeições ligeiras confeccionadas na Casa da Quinta e de bebidas. Estima-se que 30% dos hóspedes consomem refeições ligeiras e bebidas;
- As atividades disponíveis na Casa da Quinta serão desenvolvidas em 3 tipos de organização: em exclusivo por parceiros, co-organizadas e organizadas em exclusivo pela Casa da Quinta. O valor atribuído na estimativa das vendas de atividades é de 10%, 50% e 100%, respetivamente, sobre o preço pago pelo cliente em cada atividade;
- Os custos com pessoal, fornecimentos e serviços externos e mercadorias vendidas e matérias consumidas ocorrerão com a abertura da Casa da Quinta, em abril de 2022;
- A vida útil dos ativos fixos foi determinada com base no período de vida útil para efeitos fiscais;
- As amortizações foram calculadas pelo método das quotas constantes de acordo com a vida útil de cada ativo;
- A amortização do edifício só começa com o início do funcionamento da Casa da Quinta;
- Crescimento dos CMVMC dependente do crescimento das vendas de alojamento;
- Para efeitos de cálculo, os custos com as matérias consumidas nos outros produtos da Casa da Quinta (refeições e atividades, por exemplo) foram incluídos nos Fornecimentos de Serviços Externos;
- Os custos com os Fornecimentos e Serviços Externos foram estimados com base no dimensionamento da Casa da Quinta considerando orçamentos pedidos e valores de mercado;
- A estimativa de crescimento dos FSE está associada ao crescimento da ocupação;

⁶ Turismo de Portugal. Taxas de ocupação - Dados Mensais | 2018-2020. Consultado em 31 de agosto de 2020. Disponível em: <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/PowerBI/taxas-de-ocupacao.aspx>

- Em função da evolução da ocupação, previsivelmente a partir de 2025 (3º ano de funcionamento) serão contratados mais funcionários;
- Taxa de Segurança Social (Trabalhador) - 11 %
- Taxa de Segurança Social (Entidade Empregadora) - 23,75 %
- Taxa média de retenção de IRS (2 titulares / 1 dependente) – 5,3 %
- Taxa IRC - 21 %
- Taxa normal de IVA - 23 %
- Taxa Intermédia de IVA - 13 %
- Taxa Reduzida de IVA - 6 %

3.8.2 Plano de Investimento

A primeira fase do investimento consiste na aquisição da propriedade, reabilitação dos edifícios existentes e dos espaços exteriores. De seguida será feito o investimento em equipamentos e recursos necessários ao desenvolvimento da atividade.

Tabela 9 – Plano Global de Investimento

Valores em euros	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2036	2037	2038	2039	2040
Ativos Intangíveis																			
Programas de computador	3 500																		
Outros ativos intangíveis	20 850																		
Total Ativos Intangíveis	24 350																		
Ativos Fixos Tangíveis																			
Terrenos e Recursos Naturais	36 000																		
Edifícios e Outras Construções	1 042 500																		
Equipamento Básico	185 410																		
Equipamento de Transporte	20 000																		
Equipamento Administrativo	1 000																		
Total Ativos Fixos Tangíveis	1 284 910																		
Total Investimento em Capital Fixo (Intangível e Tangível)	1 309 260																		
Investimento em Fundo de maneo	-9 354	-4 188	-1 369	-1 786	-1 276	-1 172	-1 110	-922	-836	-847	-911	-694	-751	-759	-546	-734	-654	-526	-594
Total de Investimento	1 299 906	-4 188	-1 369	-1 786	-1 276	-1 172	-1 110	-922	-836	-847	-911	-694	-751	-759	-546	-734	-654	-526	-594

Fonte: Elaborada pela autora

O investimento em ativos intangíveis diz respeito sobretudo aos projetos e licenças.

Nos ativos tangíveis destaca-se o investimento nas obras de reabilitação do edifício e da envolvente e outras construções, bem como o investimento em equipamento básico. Este investimento é pormenorizado no Anexo 5 com a identificação de cada ativo, quantidades, custos e fornecedores. Uma parcela importante do investimento é a instalação em equipamentos de energia solar, mas que vão permitir, ao longo dos anos de exploração do empreendimento, poupanças consideráveis no âmbito do aquecimento de águas, para além da vantagem ambiental. O investimento em mobiliário e aparelhos e utensílios de uso específico também é considerável, mas indispensável ao desenvolvimento do projeto.

Para assegurar a normal atividade da empresa durante a exploração, são necessários capitais de fundo de maneiio, ou seja, capitais permanentes que cubram, total ou parcialmente, as necessidades de financiamento e que representem uma reserva de segurança da tesouraria.

Tabela 10 – Investimento em Fundo de Maneio

Valores em euros	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2036	2037	2038	2039	2040
Necessidades Fundo Maneio																			
Reserva Segurança Tesouraria	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
TOTAL	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Recursos Fundo Maneio																			
Fornecedores	5 341	8 210	9 012	9 890	10 628	11 385	12 108	12 705	13 240	13 767	14 333	14 751	15 205	15 646	15 957	16 369	16 734	17 018	17 340
Estado	4 063	5 382	5 950	6 858	7 396	7 811	8 199	8 524	8 824	9 144	9 489	9 765	10 061	10 379	10 615	10 936	11 225	11 468	11 740
TOTAL	9404	13593	14962	16748	18024	19196	20307	21229	22064	22 911	23822	24516	25267	26025	26571	27305	27959	28485	29080
Fundo Maneio Necessário	-9354	-13543	-14912	-16698	-1974	-19146	-20257	-21179	-22014	-22861	-23772	-24466	-25217	-25975	-26521	-27255	-27909	-28435	-29030
Diferença em Fundo de Maneio	-9354	-4188	-1369	-1786	-1276	-1172	-1110	-922	-836	-847	-911	-694	-751	-759	-546	-734	-654	-526	-594

Fonte: Elaborada pela autora

Verifica-se que ao longo dos anos de exploração não há necessidade de investimento em fundo de maneio.

3.8.3 Plano de Financiamento

Pode constatar-se na tabela 11 que o financiamento total no primeiro ano da empresa será de 1 299 906 €, sendo 210 000 € em Capital Social, 3 406 € em suprimentos dos sócios e 1 086 500 € em financiamento de uma instituição de crédito.

Tabela 11 – Plano de Financiamento de 2022 a 2031

Valores em euros	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Capitais Próprios										
Capital Social	210 000									
Capitais Alheios										
Financiamentos de Sócios / Suprimentos	3 406									
Financiamento bancário e outras Inst. Crédito	1 086 500									
Outros										
Autofinanciamento		21 846	64 769	93 913	113 774	140 356	154 799	159 608	174 375	187 735
TOTAL	1 299 906	21 846	64 769	93 913	113 774	140 356	154 799	159 608	174 375	187 735

Fonte: Elaborada pela autora

Tabela 12 – Plano de Financiamento de 2032 a 2040

Valores em euros	2032	2033	2034	2035	2036	2037	2038	2039	2040
Capitais Próprios									
Capital Social									
Capitais Alheios									
Financiamentos de Sócios / Suprimentos									
Financiamento bancário e outras Inst. Crédito									
Outros									
Autofinanciamento	201 545	216 505	227 713	239 703	252 275	260 705	272 862	283 461	291 524
TOTAL	201 545	216 505	227 713	239 703	252 275	260 705	272 862	283 461	291 524

Optou-se pelo financiamento na modalidade de leasing imobiliário, por ser uma opção que inclui o financiamento de aquisição, com ou sem obras, até 100% do valor da operação imobiliária. Esta operação financeira no valor de 1 086 500 €, com uma taxa de juro de 3,067%, durante 20 anos, corresponde à simulação feita na “CaixaLeasing Imobiliário Empresas”, que consta do Anexo 6.

A empresa conta ainda com o autofinanciamento gerado pelos lucros da sua atividade, conforme tabelas 11 e 12.

3.8.4 Plano de Exploração

3.8.4.1 Volume de Negócios

A Casa da Quinta entra em funcionamento a 1 de abril de 2022, pelo que no ano de 2022 serão apenas 9 meses de exploração. Contudo, o primeiro ano de funcionamento inclui os meses de julho, agosto e setembro, bem como a Páscoa, Natal e Passagem de Ano, épocas especiais com tarifas de época alta. Acresce que serão desenvolvidas campanhas de comunicação robustas que contribuirão atenuar as dificuldades do primeiro ano de atividade.

O alojamento será o principal gerador de receitas, representando cerca de 72 % do volume total de vendas no final do primeiro ano de operação.

Na estimativa das taxas de ocupação das camas consideraram-se os últimos dados disponíveis das taxas de ocupação para a Zona Centro (2018 e 2019), conforme indicado nos pressupostos. No primeiro ano do projeto considerou-se a taxa de ocupação de camas de 2018 da Zona Centro, ponderada a 9 meses de funcionamento.

As vendas de refeições ligeiras e bebidas e as vendas de atividades foram calculadas com base no número estimado de hóspedes.

Nas tabelas a seguir são apresentados os valores de vendas de alojamento, por tipologia, e a das vendas de serviços, que incluem o serviço de refeições ligeiras e bebidas, as atividades e experiências e o aluguer da sala multifunções.

Tabela 13 – Volume de Negócios – Vendas de Alojamento de 2022 a 2031

VENDAS DE ALOJAMENTO / em euros	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Alojamento (camas em quarto single/duplo)	27 526	46 079	52 010	58 446	63 813	69 291	74 395	78 495	82 179	85 934
Quantidades vendidas	778	1 288	1 438	1 598	1 726	1 854	1 969	2 054	2 127	2 201
Taxa de crescimento das unidades vendidas	0%	65,58%	11,64%	11,15%	7,99%	7,40%	6,20%	4,36%	3,55%	3,43%
Preço Unitário	35,39	35,78	36,17	36,57	36,97	37,38	37,79	38,21	38,63	39,05
Alojamento (camas em suite)	27 779	46 503	52 489	58 984	64 400	69 928	75 080	79 217	82 935	86 724
Quantidades vendidas	622	1 030	1 150	1 278	1 381	1 483	1 575	1 643	1 702	1 760
Taxa de crescimento das unidades vendidas	0%	65,58%	11,64%	11,15%	7,99%	7,40%	6,20%	4,36%	3,55%	3,43%
Preço Unitário	44,65	45,14	45,64	46,14	46,65	47,16	47,68	48,20	48,73	49,27
Alojamento (camas em T1)	55 378	92 705	104 637	117 585	128 382	139 403	149 671	157 919	165 329	172 884
Quantidades vendidas	933	1 545	1 725	1 918	2 071	2 224	2 362	2 465	2 553	2 640
Taxa de crescimento das unidades vendidas	0%	65,58%	11,64%	11,15%	7,99%	7,40%	6,20%	4,36%	3,55%	3,43%
Preço Unitário	59,34	59,99	60,65	61,32	61,99	62,68	63,37	64,06	64,77	65,48
Alojamento (camas extra)	10 235	17 133	19 338	21 731	23 726	25 763	27 661	29 185	30 555	31 950
Quantidades vendidas	544	901	1 006	1 119	1 208	1 297	1 378	1 438	1 489	1 540
Taxa de crescimento das unidades vendidas	0%	65,58%	11,64%	11,15%	7,99%	7,40%	6,20%	4,36%	3,55%	3,43%
Preço Unitário	18,80	19,01	19,22	19,43	19,64	19,86	20,08	20,30	20,52	20,75
TOTAL DE VENDAS DE ALOJAMENTO	120 919	202 421	228 474	256 746	280 322	304 386	326 806	344 816	360 997	377 492

Fonte: Elaborada pela autora

Tabela 14 – Volume de Negócios – Vendas de Alojamento de 2032 a 2040

VENDAS DE ALOJAMENTO / em euros	2032	2033	2034	2035	2036	2037	2038	2039	2040
Alojamento (camas em quarto single/duplo)	90 008	92 934	96 166	99 458	101 582	104 702	107 394	109 352	111 647
Quantidades vendidas	2 280	2 328	2 383	2 438	2 463	2 511	2 547	2 566	2 591
Taxa de crescimento das unidades vendidas	3,60%	2,13%	2,35%	2,30%	1,02%	1,95%	1,45%	0,72%	0,99%
Preço Unitário	39,48	39,92	40,35	40,80	41,25	41,70	42,16	42,62	43,09
Alojamento (camas em suite)	90 835	93 788	97 051	100 373	102 516	105 666	108 382	110 358	112 675
Quantidades vendidas	1 824	1 862	1 906	1 950	1 970	2 008	2 038	2 052	2 072
Taxa de crescimento das unidades vendidas	3,60%	2,13%	2,35%	2,30%	1,02%	1,95%	1,45%	0,72%	0,99%
Preço Unitário	49,81	50,36	50,91	51,47	52,04	52,61	53,19	53,78	54,37
Alojamento (camas em T1)	181 078	186 969	193 471	200 094	204 368	210 645	216 059	220 000	224 616
Quantidades vendidas	2 735	2 794	2 859	2 925	2 955	3 013	3 056	3 078	3 109
Taxa de crescimento das unidades vendidas	3,60%	2,13%	2,35%	2,30%	1,02%	1,95%	1,45%	0,72%	0,99%
Preço Unitário	66,20	66,93	67,66	68,41	69,16	69,92	70,69	71,47	72,26
Alojamento (camas extra)	33 466	34 554	35 756	36 980	37 770	38 929	39 930	40 658	41 511
Quantidades vendidas	1 596	1 630	1 668	1 706	1 724	1 757	1 783	1 796	1 813
Taxa de crescimento das unidades vendidas	3,60%	2,13%	2,35%	2,30%	1,03%	1,95%	1,45%	0,72%	0,99%
Preço Unitário	20,97	21,20	21,44	21,67	21,91	22,15	22,40	22,64	22,89
TOTAL DE VENDAS DE ALOJAMENTO	395 387	408 245	422 444	436 905	446 236	459 942	471 763	480 369	490 450

Fonte: Elaborada pela autora

Tabela 15 – Volume de Negócios – Vendas de Serviços e Total de Volume de Negócios de 2022 a 2031

VENDAS DE SERVIÇOS / em euros	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Refeições ligeiras	12 690	21 243	23 977	26 944	29 418	31 944	34 296	36 186	37 885	39 616
Taxa de crescimento	0%	67%	13%	12%	9%	9%	7%	6%	5%	5%
Atividades	30 239	45 138	50 309	55 908	60 717	65 653	70 343	74 303	77 987	81 781
Taxa de crescimento	0%	49%	11%	11%	9%	8%	7%	6%	5%	5%
Aluguer sala multifunções	4 026	6 753	9 103	11 535	13 957	14 110	14 265	14 461	14 581	14 741
Taxa de crescimento	0%	68%	35%	27%	21%	1%	1%	1%	1%	1%
TOTAL DE VENDAS DE SERVIÇOS	46 955	73 134	83 390	94 387	104 092	111 707	118 905	124 950	130 453	136 138
TOTAL VOLUME DE NEGÓCIOS	167 873	275 554	311 863	351 133	384 413	416 093	445 711	469 766	491 450	513 630

Fonte: Elaborada pela autora

Tabela 16 – Volume de Negócios – Vendas de Serviços e Total de Volume de Negócios de 2032 a 2040

VENDAS DE SERVIÇOS / em euros	2032	2033	2034	2035	2036	2037	2038	2039	2040
Refeições ligeiras	41 494	42 843	44 334	45 851	46 830	48 268	49 509	50 412	51 470
Taxa de crescimento	5%	3%	3%	3%	2%	3%	3%	2%	2%
Atividades	85 874	89 139	92 701	96 374	99 215	102 899	106 330	109 279	112 568
Taxa de crescimento	5%	4%	4%	4%	3%	4%	3%	3%	3%
Aluguer sala multifunções	14 903	15 108	15 233	15 401	15 570	15 784	15 915	16 090	16 267
Taxa de crescimento	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
TOTAL DE VENDAS DE SERVIÇOS	142 271	147 090	152 267	157 626	161 615	166 952	171 753	175 780	180 304
TOTAL VOLUME DE NEGÓCIOS	537 657	555 335	574 711	594 531	607 851	626 894	643 517	656 149	670 754

Fonte: Elaborada pela autora

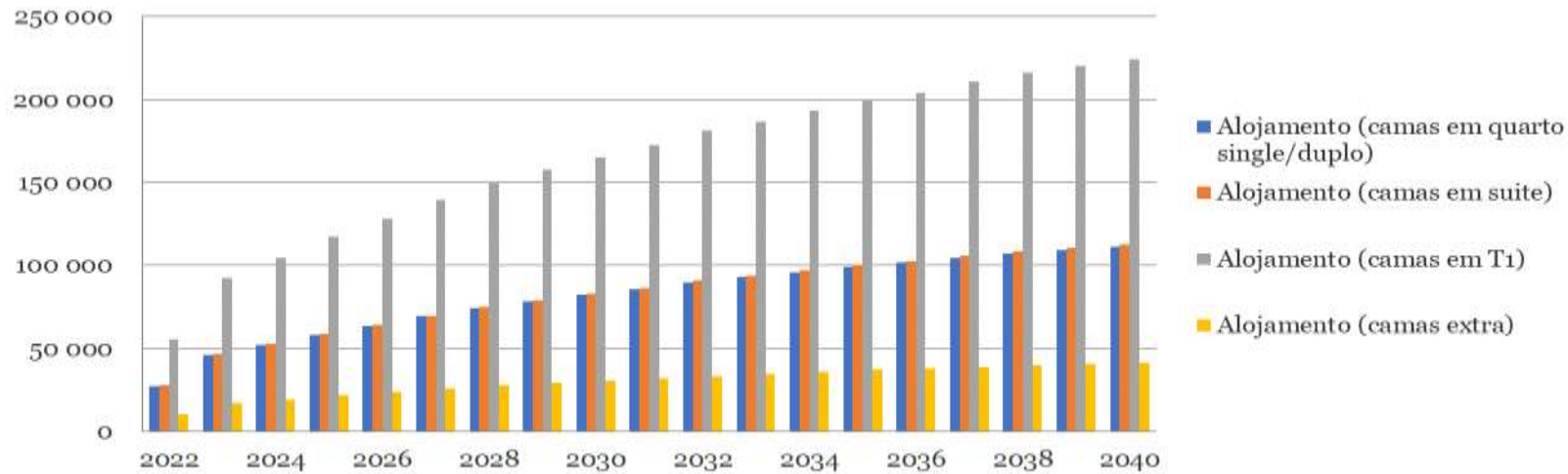


Gráfico 8 - Evolução das Vendas de Alojamento; Fonte: Elaborado pela autora

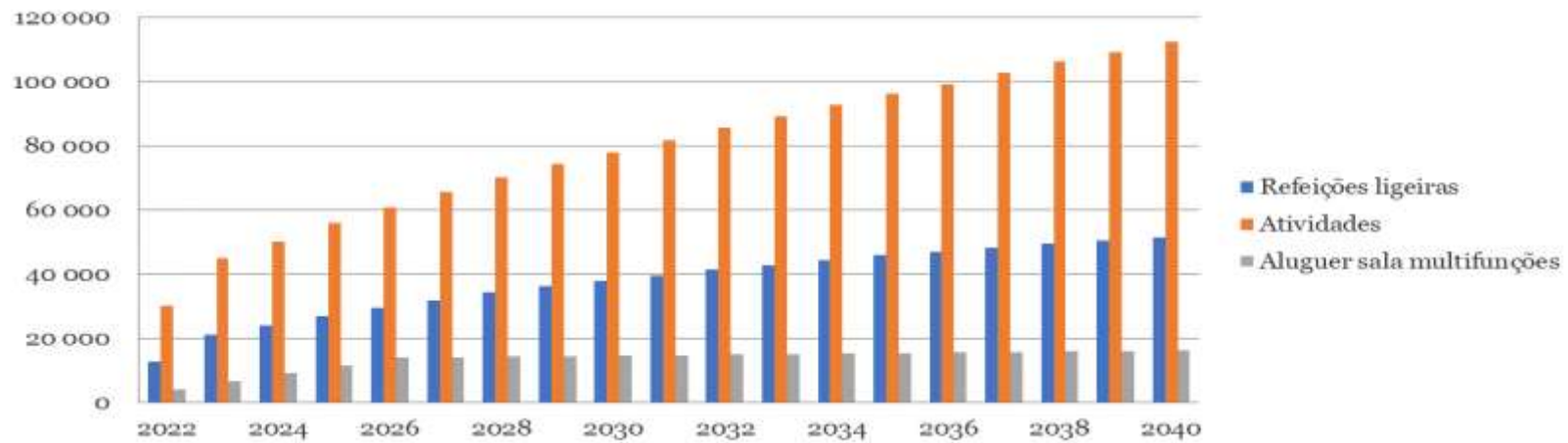


Gráfico 9 - Evolução das Vendas de Serviços; Fonte: Elaborado pela autora

Com os gráficos 8 e 9 é possível visualizar a evolução das vendas de alojamento e de serviços ao longo dos anos de funcionamento da Casa da Quinta.

Verifica-se um crescimento gradual das vendas à exceção das vendas de camas extra e do aluguer da sala multifunções.

3.8.4.2 Custo de Mercadorias Vendidas e Matérias Consumidas

O Custo de Mercadorias Vendidas e Matérias Consumidas estima-se que tenha uma margem bruta de 75% associado às vendas de alojamento. São exemplos os custos com *amenities*, produtos de limpeza e higienização, os alimentos para os pequenos almoços e outros necessários para o funcionamento do alojamento.

Tabela 17 – Custo de Mercadorias Vendidas e Matérias Consumidas de 2022 a 2031

Valores em euros	Margem Bruta	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
ALOJAMENTO	Ano Completo	30 230	50 605	57 118	64 186	70 080	76 096	81 702	86 204	90 249	94 373
Alojamento (camas em quarto single/duplo)	75,00%	6 882	11 520	13 003	14 612	15 953	17 323	18 599	19 624	20 545	21 483
Alojamento (camas em suite)	75,00%	6 945	11 626	13 122	14 746	16 100	17 482	18 770	19 804	20 734	21 681
Alojamento (camas em T1)	75,00%	13 845	23 176	26 159	29 396	32 095	34 851	37 418	39 480	41 332	43 221
Alojamento (camas extra)	75,00%	2 559	4 283	4 834	5 433	5 932	6 441	6 915	7 296	7 639	7 988
TOTAL CMVMC		30 230	50 605	57 118	64 186	70 080	76 096	81 702	86 204	90 249	94 373

Fonte: Elaborada pela autora

Tabela 18 – Custo de Mercadorias Vendidas e Matérias Consumidas de 2032 a 2040

Valores em euros	Margem Bruta	2032	2033	2034	2035	2036	2037	2038	2039	2040
ALOJAMENTO	Ano Completo	98 847	102 061	105 611	109 226	111 559	114 986	117 941	120 092	122 612
Alojamento (camas em quarto single/duplo)	75,00%	22 502	23 234	24 042	24 865	25 396	26 176	26 848	27 338	27 912
Alojamento (camas em suite)	75,00%	22 709	23 447	24 263	25 093	25 629	26 416	27 095	27 590	28 169
Alojamento (camas em T1)	75,00%	45 270	46 742	48 368	50 023	51 092	52 661	54 015	55 000	56 154
Alojamento (camas extra)	75,00%	8 366	8 638	8 939	9 245	9 442	9 732	9 982	10 165	10 378
TOTAL CMVMC		98 847	102 061	105 611	109 226	111 559	114 986	117 941	120 092	122 612

Fonte: Elaborada pela autora

3.8.4.3 Fornecimentos e Serviços Externos (FSE)

A tabela a seguir mostra os gastos com fornecimentos e serviços externos prestados por entidades externas à Casa da Quinta para a sua atividade corrente.

A rubrica “Honorários” diz respeito aos serviços de contabilidade e de apoio jurídico.

Na rubrica "Trabalhos especializado" estão contabilizados os serviços de manutenção das instalações e de espaços exteriores e a contratação de trabalhadores temporários que assegurem o acréscimo de trabalho na receção, no serviço de refeições e na limpeza. Na tabela 19 pode verificar-se que esta é a rubrica que apresenta um valor mais elevado.

Os consumos de eletricidade e água são também custos com bastante peso nos FSE, apesar das medidas construtivas a implementar que permitirão poupanças consideráveis em energia (a instalação de equipamentos de energia solar, por exemplo) e de água (piscina biológica, por exemplo). A rubrica “Outro fluidos” refere-se ao gás consumido na Casa da Quinta.

A rubrica “Comissões” refere-se às taxas cobradas pelas plataformas de reserva (*Booking* e outras). Está dependente do número de reservas efetuadas através dessas plataformas. A Casa da Quinta terá meios de comunicação próprios para aumentar as reservas diretas e reduzir os custos com as comissões a pagar.

Tabela 19 – Fornecimentos e Serviços Externos

Valores em euros	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2036	2037	2038	2039	2040
Eletricidade	2 520	3 397	3 572	3 773	3 949	4 132	4 302	4 459	4 598	4 718	4 841	4 944	5 048	5 129	5 211	5 282	5 353	5 426	5 499
Combustíveis	900	1 213	1 276	1 348	1 410	1 476	1 537	1 592	1 642	1 685	1 729	1 766	1 803	1 832	1 861	1 886	1 912	1 938	1 964
Água	1 800	2 426	2 551	2 695	2 820	2 951	3 073	3 185	3 284	3 370	3 458	3 531	3 606	3 664	3 722	3 773	3 824	3 876	3 928
Outros Fluidos	1 440	1 941	2 041	2 156	2 256	2 361	2 459	2 548	2 627	2 696	2 767	2 825	2 885	2 931	2 978	3 018	3 059	3 100	3 142
Ferramentas e Utensílios	45	61	64	67	71	74	77	80	82	84	86	88	90	92	93	94	96	97	98
Material de escritório	90	121	128	135	141	148	154	159	164	168	173	177	180	183	186	189	191	194	196
Comunicação	810	1 092	1 148	1 213	1 269	1 328	1 383	1 433	1 478	1 516	1 556	1 589	1 623	1 649	1 675	1 698	1 721	1 744	1 768
Seguros	900	1 213	1 227	1 240	1 254	1 267	1 320	1 368	1 410	1 447	1 485	1 517	1 549	1 573	1 599	1 620	1 642	1 664	1 687
Deslocações e estadas	180	243	255	270	282	295	307	318	328	337	346	353	361	366	372	377	382	388	393
Comissões	495	667	702	741	776	812	845	876	903	927	951	971	992	1 007	1 024	1 038	1 052	1 066	1 080
Honorários	3 150	4 246	4 293	4 340	4 388	4 436	4 619	4 787	4 937	5 066	5 198	5 308	5 420	5 507	5 595	5 671	5 748	5 826	5 904
Conservação e reparação	270	364	383	404	423	443	461	478	493	505	519	530	541	550	558	566	574	581	589
Publicidade e propaganda	1 350	1 820	1 913	2 022	2 115	2 213	2 305	2 388	2 463	2 527	2 594	2 648	2 704	2 748	2 792	2 830	2 868	2 907	2 946
Trabalhos especializados	7 650	10 312	10 843	11 455	11 987	12 543	13 061	13 535	13 957	14 322	14 697	15 007	15 324	15 570	15 820	16 034	16 251	16 471	16 694
Outros forn. e serviços	900	1 213	1 276	1 348	1 410	1 476	1 537	1 592	1 642	1 685	1 729	1 766	1 803	1 832	1 861	1 886	1 912	1 938	1 964
TOTAL FSE	22500	30330	31669	33207	34550	35953	37439	38797	40009	41055	42130	43019	43 927	44632	45349	45962	46584	47 214	47 853

Fonte: Elaborada pela autora

3.8.4.4 Gastos com o Pessoal

Nos gastos com o pessoal há a considerar os seguintes recursos humanos: dois gerentes, que acumulam a Direção Técnica e a Direção Comercial, Administrativa e Financeira, três Operários especializados (1 rececionista, 1 cafeiteiro e 1 empregada de andares) e dois Estagiários, conforme descrito no Plano de Organização e Recursos Humanos.

Os vencimentos mínimos do setor do alojamento estão definidos em regulamentação coletiva. No entanto, algumas das categorias profissionais que a Casa da Quinta irá contratar têm vencimentos abaixo do ordenado mínimo nacional e optou-se por considerar esse valor para os três operários especializados. O gerente que acumula funções de Direção Técnica terá o vencimento regulamentado.

Tabela 20 – Remuneração base anual

Valores em euros	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2036	2037	2038	2039	2040
Gerência	10 000	14 154	14 310	14 467	14 626	14 787	14 950	15 114	15 281	15 449	15 619	15 790	15 964	16 140	16 317	16 497	16 678	16 862	17 047
Direção Técnica	12 680	17 947	18 145	18 344	18 546	18 750	18 956	19 165	19 376	19 589	19 804	20 022	20 242	20 465	20 690	20 918	21 148	21 380	21 616
Operários especializados	12 700	17 976	18 173	18 373	18 575	18 780	18 987	19 195	19 407	19 620	19 836	20 054	20 275	20 497	20 723	20 951	21 181	21 414	21 650
Administrativos	6 350	8 988	9 087	18 373	18 575	18 780	18 987	19 195	19 407	19 620	19 836	20 054	20 275	20 497	20 723	20 951	21 181	21 414	21 650
Outros	12 000	16 985	17 172	17 361	17 552	17 745	17 940	18 137	18 337	18 539	18 742	18 948	19 157	19 368	19 581	19 796	20 014	20 234	20 457
TOTAL	53 730	76050	76886	86 919	87 875	88842	89 819	90 807	91 806	92 816	93 837	94 869	95 912	96 967	98 033	99 112	100202	101304	102418

Fonte: Elaborada pela autora

Nas tabelas a seguir é apresentado o total de gastos com o pessoal. Os encargos com a segurança social foram calculados com base na TSU em vigor para a gerência e para o pessoal. O seguro de acidentes de trabalho é de 1,20% sobre a totalidade dos vencimentos base. As retenções para a segurança social foram calculadas sobre o vencimento base, em 11%. A retenção para o IRS de 5,3% é um cálculo médio de todas as remunerações, baseado nas tabelas de desconto de 2020 considerando um agregado de 2 titulares / 1 dependente. O subsídio de alimentação será pago em espécie, de acordo com a regulamentação coletiva.

Tabela 21 – Gastos Com o Pessoal de 2022 a 2031

Valores em euros	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Segurança Social										
Gerência / Administração	5 387	7 624	7 708	7 793	7 878	7 965	8 053	8 141	8 231	8 321
Outro Pessoal	7 374	10 438	10 553	12 850	12 992	13 135	13 279	13 425	13 573	13 722
Seguros Acidentes de Trabalho	645	913	923	1 043	1 054	1 066	1 078	1 090	1 102	1 114
Formação	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Outros custos com pessoal	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
TOTAL OUTROS CUSTOS	13 576	19 144	19 353	21 856	22 095	22 336	22 580	22 826	23 076	23 328
TOTAL CUSTOS PESSOAL	67 306	95 194	96 239	108 775	109 970	111 178	112 399	113 633	114 882	116 143

Fonte: Elaborada pela autora

Tabela 22 – Gastos Com o Pessoal de 2032 a 2040

Valores em euros	2032	2033	2034	2035	2036	2037	2038	2039	2040
Segurança Social									
Gerência / Administração	8 413	8 505	8 599	8 694	8 789	8 886	8 984	9 082	9 182
Outro Pessoal	13 873	14 026	14 180	14 336	14 494	14 653	14 814	14 977	15 142
Seguros Acidentes de Trabalho	1 126	1 138	1 151	1 164	1 176	1 189	1 202	1 216	1 229
Formação	50		50	50	50	50	50	50	50
Outros custos com pessoal	120		120	120	120	120	120	120	120
TOTAL OUTROS CUSTOS	23 582	23 670	24 100	24 363	24 629	24 898	25 170	25 445	25 723
TOTAL CUSTOS PESSOAL	117 419	118 538	120 012	121 330	122 663	124 010	125 372	126 750	128 142

Fonte: Elaborada pela autora

3.8.4.5 Demonstração de Resultados

A demonstração de resultados previsionais representa o cálculo dos gastos e rendimentos previsionais da empresa num determinado período de tempo e permite uma previsão dos resultados do projeto.

Com a Demonstração de Resultados a seguir apresentada verifica-se que a Casa da Quinta apresenta Resultado Líquido do período negativo nos três primeiros anos de atividade. No quarto ano já se obtém um resultado positivo e nos anos seguintes os resultados líquidos crescem substancialmente, mostrando a capacidade da Casa da Quinta em gerar rendimentos bastante superiores aos gastos.

Tabela 23 – Demonstração de Resultados Previsionais de 2022 a 2031

Valores em euros	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Vendas e serviços prestados	167 873	275 554	311 863	351 133	384 413	416 093	445 711	469 766	491 450	513 630
CMVMC	30 230	50 605	57 118	64 186	70 080	76 096	81 702	86 204	90 249	94 373
FSE	22 500	30 330	31 669	33 207	34 550	35 953	37 439	38 797	40 009	41 055
Gastos com o pessoal	67 306	95 194	96 239	108 775	109 970	111 178	112 399	113 633	114 882	116 143
Resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos	47 838	99 425	126 836	144 965	169 813	192 865	214 171	231 131	246 310	262 058
Gastos/Reversões de depreciação e de amortização	75 407	100 543	100 543	94 455	92 426	87 176	52 125	52 125	52 125	52 125
Resultado operacional (antes de gastos de financiamento e impostos)	-27 569	-1 118	26 293	50 509	77 387	105 689	162 046	179 006	194 185	209 933
Juros e gastos similares suportados	25 992	34 656	32 923	31 190	29 457	27 725	25 992	24 259	22 526	20 794
Resultado antes de impostos	-53 561	-35 774	-6 630	19 319	47 929	77 964	136 055	154 747	171 659	189 140
Imposto sobre o rendimento do período	0	0	0	0	0	10 342	28 571	32 497	36 048	39 719
Resultado Líquido do período	-53 561	-35 774	-6 630	19 319	47 929	67 622	107 483	122 250	135 610	149 420

Fonte: Elaborada pela autora

Tabela 24– Demonstração de Resultados Previsionais de 2032 a 2040

Valores em euros	2032	2033	2034	2035	2036	2037	2038	2039	2040
Vendas e serviços prestados	537 657	555 335	574 711	594 531	607 851	626 894	643 517	656 149	670 754
CMVMC	98 847	102 061	105 611	109 226	111 559	114 986	117 941	120 092	122 612
FSE	42 130	43 019	43 927	44 632	45 349	45 962	46 584	47 214	47 853
Gastos com o pessoal	117 419	118 538	120 012	121 330	122 663	124 010	125 372	126 750	128 142
Resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos	279 262	291 716	305 161	319 342	328 280	341 936	353 619	362 093	372 147
Gastos/Reversões de depreciação e de amortização	52 125	52 125	52 125	52 125	52 125	52 125	52 125	52 125	52 125
Resultado operacional (antes de gastos de financiamento e impostos)	227 137	239 591	253 036	267 217	276 155	289 811	301 494	309 968	320 022
Juros e gastos similares suportados	19 061	17 328	15 595	13 862	12 130	10 397	8 664	6 931	5 198
Resultado antes de impostos	208 076	222 263	237 440	253 354	264 026	279 414	292 830	303 037	314 823
Imposto sobre o rendimento do período	43 696	46 675	49 862	53 204	55 445	58 677	61 494	63 638	66 113
Resultado Líquido do período	164 380	175 588	187 578	200 150	208 580	220 737	231 336	239 399	248 710

Fonte: Elaborada pela autora

3.8.5 Balanço

O balanço é um documento que apresenta a situação económica da empresa num momento preciso, permitindo avaliar o impacto das políticas de curto prazo sobre o risco financeiro estrutural da empresa.

Tabela 25 – Balanço Previsional de 2022 a 2031

Valores em euros	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
ACTIVO NÃO CORRENTE										
Ativos Fixos Tangíveis	1 215 590	1 123 164	1 030 738	938 312	845 885	758 709	706 584	654 459	602 334	550 209
Ativos intangíveis	18 263	10 146	2 029	0	0	0	0	0	0	0
Total ativo não corrente	1 233 853	1 133 310	1 032 767	938 312	845 885	758 709	706 584	654 459	602 334	550 209
ACTIVO CORRENTE										
Caixa e Depósitos bancários	21 896	36 529	77 486	138 722	226 029	338 017	462 639	587 537	725 335	877 073
Total ativo corrente	21 896	36 529	77 486	138 722	226 029	338 017	462 639	587 537	725 335	877 073
Total do Ativo	1 255 749	1 169 839	1 110 253	1 077 033	1 071 914	1 096 726	1 169 223	1 241 996	1 327 669	1 427 282
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO										
CAPITAL PRÓPRIO										
Capital realizado	210 000	210 000	210 000	210 000	210 000	210 000	210 000	210 000	210 000	210 000
Reservas/Resultados transitados		-53 561	-89 335	-95 965	-76 646	-28 716	38 906	146 389	268 640	404 250
	210 000	156 439	120 665	114 035	133 354	181 284	248 906	356 389	478 640	614 250
Resultado líquido do exercício	-53 561	-35 774	-6 630	19 319	47 929	67 622	107 483	122 250	135 610	149 420
	156 439	120 665	114 035	133 354	181 284	248 906	356 389	478 640	614 250	763 670
Total do CP	156 439	120 665	114 035	133 354	181 284	248 906	356 389	478 640	614 250	763 670
PASSIVO										
PASSIVO NÃO CORRENTE										
Financiamentos obtidos	1 032 175	977 850	923 525	869 200	814 875	760 550	706 225	651 900	597 575	543 250
Outras contas a pagar	3 406	3 406	3 406	3 406	3 406	3 406	3 406	3 406	3 406	3 406
Total Passivo não Corrente	1 035 581	981 256	926 931	872 606	818 281	763 956	709 631	655 306	600 981	546 656
PASSIVO CORRENTE										
Fornecedores	5 341	8 210	9 012	9 890	10 628	11 385	12 108	12 705	13 240	13 767
EOEP	4 063	5 382	5 950	6 858	7 396	18 153	36 770	41 021	44 873	48 863
Financiamentos obtidos	54 325	54 325	54 325	54 325	54 325	54 325	54 325	54 325	54 325	54 325
Total Passivo Corrente	63 729	67 918	69 287	71 073	72 349	83 863	103 203	108 050	112 438	116 955
Total do Passivo	1 099 310	1 049 174	996 218	943 679	890 630	847 819	812 834	763 356	713 419	663 611
Total do Passivo e o CP	1 255 749	1 169 839	1 110 253	1 077 033	1 071 914	1 096 726	1 169 223	1 241 996	1 327 669	1 427 282

Fonte: Elaborada pela autora

Tabela 26 – Balanço Previsional de 2032 a 2040

Valores em euros	2032	2033	2034	2035	2036	2037	2038	2039	2040
ACTIVO NÃO CORRENTE									
Ativos Fixos Tangíveis	498 084	445 959	393 834	341 709	289 584	237 459	185 334	133 209	81 084
Ativos intangíveis	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total ativo não corrente	498 084	445 959	393 834	341 709	289 584	237 459	185 334	133 209	81 084
ACTIVO CORRENTE									
Caixa e Depósitos bancários	1 044 140	1 221 202	1 410 518	1 612 569	1 821 736	2 044 239	2 276 846	2 516 715	2 766 295
Total ativo corrente	1 044 140	1 221 202	1 410 518	1 612 569	1 821 736	2 044 239	2 276 846	2 516 715	2 766 295
Total do Ativo	1 542 224	1 667 161	1 804 352	1 954 278	2 111 320	2 281 698	2 462 180	2 649 924	2 847 379
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO									
CAPITAL PRÓPRIO									
Capital realizado	210 000	210 000	210 000	210 000	210 000	210 000	210 000	210 000	210 000
Reservas/Resultados transitados	553 670	718 051	893 639	1 081 217	1 281 367	1 489 947	1 710 684	1 942 020	2 181 420
	763 670	928 051	1 103 639	1 291 217	1 491 367	1 699 947	1 920 684	2 152 020	2 391 420
Resultado líquido do exercício	164 380	175 588	187 578	200 150	208 580	220 737	231 336	239 399	248 710
	928 051	1 103 639	1 291 217	1 491 367	1 699 947	1 920 684	2 152 020	2 391 420	2 640 130
Total do CP	928 051	1 103 639	1 291 217	1 491 367	1 699 947	1 920 684	2 152 020	2 391 420	2 640 130
PASSIVO									
PASSIVO NÃO CORRENTE									
Financiamentos obtidos	488 925	434 600	380 275	325 950	271 625	217 300	162 975	108 650	108 650
Outras contas a pagar	3 406	3 406	3 406	3 406	3 406	3 406	3 406	3 406	3 406
Total Passivo não Corrente	492 331	438 006	383 681	329 356	275 031	220 706	166 381	112 056	112 056
PASSIVO CORRENTE									
Fornecedores	14 333	14 751	15 205	15 646	15 957	16 369	16 734	17 018	17 340
EOEP	53 185	56 440	59 924	63 583	66 060	69 613	72 720	75 106	77 853
Financiamentos obtidos	54 325	54 325	54 325	54 325	54 325	54 325	54 325	54 325	54 325
Total Passivo Corrente	121 843	125 516	129 454	133 555	136 342	140 307	143 779	146 448	95 193
Total do Passivo	614 174	563 522	513 135	462 911	411 373	361 013	310 160	258 504	207 249
Total do Passivo e o CP	1 542 224	1 667 161	1 804 352	1 954 278	2 111 320	2 281 698	2 462 180	2 649 924	2 847 379

Fonte: Elaborada pela autora

3.8.6 Indicadores de Gestão

Tabela 27 – Indicadores de Gestão

INDICADORES ECONÓMICOS

	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2036	2037	2038	2039	2040
Taxa de Crescimento do Negócio	64%	13%	13%	9%	8%	7%	5%	5%	5%	5%	3%	3%	3%	2%	3%	3%	2%	2%
Eficiência Operacional	56%	69%	70%	79%	86%	92%	97%	100%	104%	108%	111%	113%	116%	117%	120%	122%	123%	125%
Margem Operacional das Vendas	0%	8%	14%	20%	25%	36%	38%	40%	41%	42%	43%	44%	45%	45%	46%	47%	47%	48%
Rentabilidade Líquida das Vendas	-13%	-2%	6%	12%	16%	24%	26%	28%	29%	31%	32%	33%	34%	34%	35%	36%	36%	37%
Peso dos Gastos c/Pessoal no VN	35%	31%	31%	29%	27%	25%	24%	23%	23%	22%	21%	21%	20%	20%	20%	19%	19%	19%

INDICADORES ECONÓMICOS - FINANCEIROS

	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2036	2037	2038	2039	2040
Return On Investment (ROI)	-3%	-1%	2%	4%	6%	9%	10%	10%	10%	11%	11%	10%	10%	10%	10%	9%	9%	9%
Rendibilidade do Ativo	0%	2%	5%	7%	10%	14%	14%	15%	15%	15%	14%	14%	14%	13%	13%	12%	12%	11%
Rotação do Ativo	24%	28%	33%	36%	38%	38%	38%	37%	36%	35%	33%	32%	30%	29%	27%	26%	25%	24%
Rotação do Imobilizado (Ativo não Corrente)	24%	30%	37%	45%	55%	63%	72%	82%	93%	108%	125%	146%	174%	210%	264%	347%	493%	827%
Rendibilidade dos Capitais Próprios (ROE)	-30%	-6%	14%	26%	27%	30%	26%	22%	20%	18%	16%	15%	13%	12%	11%	11%	10%	9%
Rotação dos Capitais Próprios	228%	273%	263%	212%	167%	125%	98%	80%	67%	58%	50%	45%	40%	36%	33%	30%	27%	25%

INDICADORES FINANCEIROS

	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2036	2037	2038	2039	2040
Autonomia Financeira	10%	10%	12%	17%	23%	30%	39%	46%	54%	60%	66%	72%	76%	81%	84%	87%	90%	93%
Solvabilidade Total	12%	11%	14%	20%	29%	44%	63%	86%	115%	151%	196%	252%	322%	413%	532%	694%	925%	1274%
Endividamento Total	90%	90%	88%	83%	77%	70%	61%	54%	46%	40%	34%	28%	24%	19%	16%	13%	10%	7%
Endividamento ML Prazo	84%	83%	81%	76%	70%	61%	53%	45%	38%	32%	26%	21%	17%	13%	10%	7%	4%	4%

INDICADORES DE LIQUIDEZ

	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2036	2037	2038	2039	2040
Liquidez Geral	54%	112%	195%	312%	403%	448%	544%	645%	750%	857%	973%	1090%	1207%	1336%	1457%	1584%	1719%	2906%
Liquidez Reduzida	54%	112%	195%	312%	403%	448%	544%	645%	750%	857%	973%	1090%	1207%	1336%	1457%	1584%	1719%	2906%

Fonte: Elaborada pela autora

O conjunto de indicadores económicos e financeiros apresentados na tabela 27 complementam a análise do projeto. Os indicadores são apresentados em cinco grupos: indicadores económicos, económico-financeiros, financeiros, liquidez e risco de negócio.

A rentabilidade líquida das vendas indica-nos o lucro ou prejuízo obtido por cada unidade vendida. Na Casa da Quinta esta rentabilidade tem um crescimento constante até 2040.

Os cálculos dos indicadores económico-financeiros procuram relacionar o benefício obtido com o capital utilizado. A rentabilidade do investimento total ou “*return on investment*” (ROI) permite avaliar a eficácia da aplicação do capital na operação, é a relação entre o total do dinheiro ganho, ou perdido, sobre o montante do investimento total realizado. Na Casa da Quinta verifica-se um ROI negativo em 2023 e em 2024, o que é natural dada a dimensão do investimento. Nos anos seguintes é sempre positivo tendo os valores mais altos no meio do período em análise. A rentabilidade dos capitais próprios, ou “*return on equity*” (ROE) mede a rentabilidade absoluta entregue aos acionistas e tem uma evolução semelhante ao ROI.

Os indicadores de endividamento apresentam informações sobre o grau de intensidade de recurso a capitais alheios no financiamento da empresa, apurando a extensão com que a empresa utiliza este capital alheio no financiamento das suas atividades. O rácio de autonomia financeira analisa a parcela do ativo que é financiada por capital próprio, traduzindo a capacidade da empresa de financiamento do ativo sem recurso a capitais alheios: quanto maior o rácio maior será a segurança em recuperar os seus créditos. Na Casa da Quinta a autonomia financeira tem uma tendência crescente com 10% em 2023 e valores superiores a 70% a partir de 2034, revelando relativa independência em relação aos credores.

A solvabilidade total avalia a capacidade da empresa para fazer face aos seus compromissos de médio e longo prazo, na Casa da Quinta verifica-se solvabilidade crescente desde o início da atividade. A solvabilidade total vai aumentando ao longo dos anos, à medida que se vai amortizando o capital do leasing imobiliário.

O endividamento total e o endividamento de médio e longo prazo mostram a estrutura do endividamento da empresa, ambos com rácios favoráveis na Casa da Quinta, e denotando independência financeira de terceiros.

Os indicadores de liquidez avaliam a capacidade da empresa de fazer face aos seus compromissos financeiros de curto prazo, a menos de um ano, à medida que

estes se vão vencendo. Na Casa da Quinta tanto a liquidez geral como a liquidez reduzida apresentam valores bastante elevados.

3.8.7 Análise de Viabilidade

Para a avaliação do projeto de investimento Casa da Quinta são apresentados os principais critérios de avaliação de projetos de investimento. O Valor Atual Líquido (VAL), a Taxa Interna de Rendibilidade (TIR) e o Prazo de Recuperação (PR).

Tabela 28 – Fluxos atualizados acumulados de 2022 a 2031

Valores em euros	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Valores Residuais de Investimento										
Free Cash Flow to Firm	-1 224 498	104 731	122 683	136 144	154 838	171 843	181 252	194 462	206 367	218 819
WACC	3,12%	3,01%	3,01%	3,14%	3,40%	3,75%	4,25%	4,74%	5,22%	5,67%
Fator de atualização	1	1,030	1,061	1,094	1,132	1,174	1,224	1,282	1,349	1,425
Fluxos atualizados	-1 224 498	101 672	115 620	124 405	136 834	146 366	148 093	151 696	153 000	153 530
Fluxos atualizados acumulados	-1 224 498	-1 122 826	-1 007 207	-882 802	-745 968	-599 602	-451 509	-299 813	-146 813	6 717

Fonte: Elaborada pela autora

Tabela 29 – Fluxos atualizados acumulados de 2032 a 2040

Valores em euros	2032	2033	2034	2035	2036	2037	2038	2039	2040
Valores Residuais de Investimento									52 054
Free Cash Flow to Firm	232 474	242 096	252 774	263 985	270 834	281 810	290 960	297 526	357 591
WACC	6,09%	6,47%	6,81%	7,11%	7,38%	7,62%	7,84%	8,03%	8,20%
Fator de atualização	1,512	1,610	1,719	1,842	1,977	2,128	2,295	2,479	2,682
Fluxos atualizados	153 753	150 393	147 021	143 349	136 960	132 418	126 783	120 011	133 310
Fluxos atualizados acumulados	160 469	310 863	457 884	601 233	738 192	870 610	997 393	1 117 404	1 250 714

Fonte: Elaborada pela autora

Tabela 30 – Avaliação do projeto

Valor Atual Líquido	1 250 714
Taxa Interna de Rentabilidade	13,26%
Prazo de Recuperação	9 Anos

Fonte: Elaborada pela autora

O Valor Atual Líquido do projeto é de 1 250 714, que expressa o interesse do projeto. A Taxa Interna de Rentabilidade é de 13,26 %, demonstrando que o projeto é viável. O Prazo de Recuperação é de 9 anos, ou seja, o período de tempo necessário para recuperar o capital investido onde as receitas geradas e acumuladas, recuperam o valor do investimento realizado.

3.8.8 Análise de Sensibilidade

A análise de sensibilidade permite estudar o comportamento dos principais componentes do projeto de investimento definidos nos critérios de avaliação, VAL, TIR e PR, face ao impacto de alterações nas variáveis mais críticas sobre o projeto base.

As variáveis consideradas mais relevantes na viabilidade do projeto são a taxa de ocupação da Casa da Quinta, os custos com os recursos humanos e os custos de FSE essenciais (eletricidade, águas, gás e combustíveis).

Tabela 31 – Impacto de alterações nas variáveis mais críticas do projeto

Casa da Quinta		VAL	TIR	PR
Cenário Base		1 250 714	13,26 %	9 anos
Baixa taxa de ocupação	(- 13%)	854 233	10,74 %	11 anos
Baixa taxa de ocupação	(- 25%)	810 002	8,57 %	12 anos
Subida dos vencimentos	(+ 18%)	1 226 560	13,03%	10 anos
Subida de custos com FSE	(+ 20%)	1 235 708	13,14 %	10 anos

Fonte: Elaborada pela autora

No cenário 1 analisa-se o impacto de uma diminuição da taxa de ocupação de 13 %, em média, ao longo do período de exploração da Casa da Quinta. Verifica-se que há uma redução significativa do VAL para 854 233 € e da TIR para 10,74 %. O PR aumenta para 11 anos. O projeto é menos atrativo, mas continua viável.

No cenário 2, mesmo perante uma diminuição de 25 % na taxa de ocupação, em média, o projeto continua viável.

Uma das variáveis críticas para a Casa da Quinta é o custo com o pessoal. Como se perspetiva, em 2023, o aumento do ordenado mínimo nacional para 750 € (correspondente a uma subida de 18%), com o Cenário 3 pretende-se analisar o impacto dessa subida de vencimentos no projeto. Aplicou-se, no início de atividade, um aumento de 18% a todos os vencimentos e na rubrica “trabalhos especializados” dos FSE.

Verificou-se uma ligeira diminuição do VAL, para 1 226 560, e da TIR, para 13,03 %. O PR passou a ser de 10 anos. Neste cenário, o projeto continua viável e mantém-se atrativo.

No Cenário 4 analisa-se o impacto do aumento, em 20 %, dos custos em FSE essenciais, cujos fornecimentos têm menos opções de negociação (eletricidade, águas, gás e combustíveis). Neste cenário obteve-se um VAL ligeiramente mais baixo e a TIR é sensivelmente a mesma que a do cenário base, mas o PR passou para 10 anos. Neste cenário mantém-se a viabilidade e a atratividade do projeto.

Os cenários 3 e 4 mostram que estas duas variáveis, que não dependem dos promotores, têm pouco impacto no projeto.

Sendo o alojamento o principal produto da Casa da Quinta é expectável que variações das quantidades vendidas (taxa de ocupação) tenham um impacto significativo no projeto.

Capítulo 4 - Conclusão

4.1 Conclusão

O principal objetivo deste projeto foi conceber um plano de negócio para a criação e implementação de um empreendimento de Turismo em Espaço Rural no Município do Sabugal, e avaliar a sua viabilidade económica e financeira.

A elaboração deste trabalho permitiu chegar a algumas conclusões. Desde logo, o setor do Turismo é um dos mais importantes para a economia portuguesa e tem vindo a apresentar crescimentos anuais consideráveis. Ainda persistem assimetrias regionais, com a concentração de dormidas no litoral, Algarve, região de Lisboa e Madeira, embora a região Centro seja cada vez mais procurada. Outro aspeto relevante é o aumento da procura do TER, que pode transformar-se de nicho de mercado num segmento de maior dimensão. Esta tendência ganhou destaque com a atual pandemia, havendo uma maior procura de destinos de campo e turismo rural, que têm mais espaço e menor lotação. É previsível que esta tendência se mantenha depois da pandemia de COVID-19.

Neste contexto, a Casa da Quinta torna-se um projeto com elevado potencial de sucesso. A Casa da Quinta pretende aliar alojamento em TER com atividades e programas que potenciem a divulgação da envolvente natural, do património, da memória e das tradições. Desta forma dar-se-á resposta a uma lacuna identificada na região, onde os empreendimentos turísticos são sobretudo de alojamento. Este é um aspeto diferenciador da Casa da Quinta em relação aos concorrentes mais próximos. A Casa da Quinta conta ainda com uma localização privilegiada, não só pelas características da propriedade onde será implantada, pela proximidade a importantes locais de interesse histórico, cultural e de natureza, mas também pela facilidade de acesso a partir dos grandes centros urbanos nacionais e do mercado espanhol.

A Casa da Quinta será instalada na aldeia do Casteleiro, no Município do Sabugal. O projeto prevê a reabilitação e reconversão de uma quinta agrícola, a Quinta da Mimosas, e dos edifícios existente, para a instalação de 15 unidades de alojamento, de várias tipologias. O projeto apresenta um investimento de 1 299 906 € financiado por capitais provenientes de diferentes fontes: 210 000 € em Capital Social, 3 406 € em suprimentos dos sócios e 1 086 500 € em financiamento de uma instituição de crédito.

A análise económica do projeto permite concluir que o mesmo é globalmente viável, apresentado um VAL de 1 250 714, uma TIR de 13,26 % e um prazo de recuperação de 9 anos

Analisando o comportamento dos principais indicadores constata-se o bom desempenho do projeto ao longo da sua vida útil.

Conclui-se ainda que das variáveis críticas do projeto são as taxas de ocupação que têm maior impacto no projeto. Nos cenários analisados verificou-se uma diminuição significativa do VAL e da TIR, bem como o aumento do período de recuperação, com a descida das taxas de ocupação. No entanto, a viabilidade do projeto não é posta em causa.

A análise do plano de negócio confirma que a ideia apresentada para a Casa da Quinta tem viabilidade económica e financeira, sendo interessante a sua concretização.

4.2 Limitações e próximos passos

Ao longo do presente estudo surgiram algumas limitações.

Não existem muitos dados oficiais que permitam fazer um histórico da oferta turística no TER na zona Centro do país. Para além disso, em 2008 foi alterada a legislação que define as várias modalidades de TER, o que dificulta ainda mais a comparação. Outra limitação encontrada é a falta de dados estatísticos (oferta e procura) atualizados relativos a empreendimentos de Turismo em Espaço Rural na zona Centro. Acresce que não há dados individualizados por NUT III, neste caso para a Região Beiras e Serra da Estrela, onde se insere a Casa da Quinta.

Após a elaboração do Plano de Negócios, analisada a oportunidade de mercado e a viabilidade económica e financeira do investimento, considera-se pertinente a implementação do Projeto.

A implementação do projeto Casa da Quinta vai ao encontro da apetência dos turistas por este tipo de alojamento. A Casa da Quinta diferencia-se por incluir experiências relacionadas com a cultura, a história e a natureza da região, dando resposta a uma lacuna identificada nos estabelecimentos de alojamento existentes na região.

Como referido anteriormente, nos últimos anos verifica-se um aumento da procura do Turismo em Espaço Rural, sendo uma tendência cada vez com mais destaque.

Referências

Alvarenga, A., Fernandes, A., Guerra, M. (2015). Sessões de Discussão Pública “Compromisso para o Crescimento Verde – Turismo”. Disponível em

<http://www.crescimentoverde.gov.pt/pagina-inicial/downloads/>

Aviso n.º 9352/2018, de 10 de julho, do Município do Sabugal. Diário da República Série II, n.º 131 (2018). Disponível em www.dre.pt

Banco de Portugal. (2019). Boletim Económico de Dezembro 2019. Lisboa: Banco de Portugal.

Banco de Portugal. (2020a). Boletim Económico de Junho 2020. Lisboa: Banco de Portugal.

Banco de Portugal. (2020b). Projeções para a economia portuguesa: 2019-2022. Lisboa: Banco de Portugal. Consultado em 9 de julho de 2020. Disponível em:

<https://www.bportugal.pt/page/projecoes-economicas>

Barcellos, A. (2020). Férias de verão “cá dentro”. O melhor destino do mundo está à nossa espera. Sapo Viagens. Consultado em 8 de setembro 2020. Disponível em <https://viagens.sapo.pt/viajar/viajar-portugal/artigos/ferias-de-verao-ca-dentro-o-melhor-destino-do-mundo-esta-a-nossa-espera>

Botelho, L. (2018). Portugal entre os 27 países com menor risco político em 2018. *Público*.

Consultado em 23 de julho de 2018. Disponível em

<https://www.publico.pt/2018/03/04/politica/noticia/portugal-entre-os-27-paises-com-menor-risco-politico-em-2018-1805334>

Carya Tallaya. (2019). *Homepage*. Consultado em 20 junho 2019. Disponível em <https://www.caryatallayacasasdecampo.com/>

Casa da Lagariça. (2019). *Homepage*. Consultado em 20 junho 2019. Disponível em <http://www.casalagarica.com/>

Casa das Palmeiras. (2019). *Homepage*. Consultado em 20 junho 2019. Disponível em <http://www.casaspalmeiras.pt/>

Casas do Juízo. (2019). *Homepage*. Consultado em 20 junho 2019. Disponível em <https://www.casasdojuizo.com/>

Chão do Rio. (2019). *Homepage*. Consultado em 20 junho 2019. Disponível em <https://www.chaodorio.pt/>

Colmeal Countryside Hotel. (2019). *Homepage*. Consultado em 20 junho 2019. Disponível em <http://colmealhotel.com/>

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

Crotti, R., & Misrahi, T. (2017). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. Paving the Way for a More Sustainable and Inclusive Future. In World Economic Forum: Geneva, Switzerland.

Decreto-Lei nº 80/2017, de 30 de junho, do Ministério da Economia. Diário da República I Série, N.º 125 (2017). Disponível em www.dre.pt

European Travel Commission, Q1/2018. European Tourism 2018: Trends & Prospects. Market Intelligence Group. Brussels.

European Travel Commission, Q2/2018. European Tourism 2018: Trends & Prospects. Market Intelligence Group. Brussels.

European Travel Commission. (2018). Long-Haul Travel Barometer 13/2018: Sentiment Survey & Index. Disponível em <http://www.etc-corporate.org/reports/long-haul-travel-barometer-13-2018>.

Fórum para a competitividade. (2020). NOTA DE CONJUNTURA Nº 49 - Maio de 2020. Disponível em <http://forumcompetitividade.org/nota-de-conjuntura-no-49-maio-de-2020/>

Gonçalves, C., Valles, R., Benjamim, S., Costa, M., Santos, V., Fonte-Santa, A., ... & Baptista, J. (2014). Desafios do Turismo em Portugal 2014. *Pricewaterhouse Coopers International Limited (PwC 2014)*, 10-60.

Gonçalves, M. (2017, 10 de junho). De Belmonte a Castelo Novo, pelos caminhos de Portugal. *Público*. Disponível em <https://www.publico.pt/2017/06/10/jornal/de-belmonte-a-castelo-novo-pelos-caminhos-de-portugal-33004471>

Google Earth. (15 março, 2018). Quinta da Mimososa. [Ferramenta da web]. Disponível em <https://earth.google.com/web/@40.30171687,-7.23788524,539.08129686a,252.2426714d,35y,oh,ot,or/data=Ck4aTBjECiQweGQzZDAoOGRhMzIzNTRiYjoweGMoM2EyZmJjOWQ3ODFLYzgZzn9Z69UIREAhY66x8JoEHcAqCkNhc3RlbGVpcm8YASABKAI>

Herdade da Urgueira. (2019). *Homepage*. Consultado em 20 junho 2019. Disponível em <http://www.herdadedaurgueira.com/>

Imani Country House. (2019). *Homepage*. Consultado em 20 junho 2019. Disponível em <http://www.imani.pt/>

Instituto Nacional de Estatística IP. (2017). Estatísticas do Turismo 2016. Disponível em https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_bo ui=277048338&PUBLICACOESmodo=2

Instituto Nacional de Estatística IP. (2020). Atividade Turística Abril de 2020 – Estimativa rápida. Disponível em https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaquas&DESTAQUESdest_boui=435435918&DESTAQUESmodo=2&xlang=pt

Kazas do Serado. (2019). *Homepage*. Consultado em 20 junho 2019. Disponível em <http://www.kazasdoserado.com/>

Lourenço, P. (2020). Miniférias relançam turismo no Interior. *Jornal de Notícias*. Consultado em 10 junho 2020. Disponível em <https://www.jn.pt/nacional/miniferias-relancam-turismo-no-interior-12297632.html>

Lusa. (2020). Covid-19: Regiões menos turísticas registam melhor verão de sempre – Turismo de Portugal. Lusa. Consultado em 12 de setembro 2020. Disponível em https://www.lusa.pt/article/L_mU4gojqcnetoidiNN8TTMSZM5iuSI1/covid-19-regi%C3%B5es-menos-tur%C3%ADsticas-registam-melhor-ver%C3%A3o-de-sempre-turismo-de-portugal

Lusa. (2020a). Turismo de "confinamento" dispara no Porto à boleia do mercado nacional. Lusa. Consultado em 12 de setembro 2020. Disponível em <https://www.noticiasaminuto.com/economia/1513278/turismo-de-confinamento-dispara-no-porto-a-boleia-do-mercado-nacional>

Marsh.Ltd. (2019). Mapa de Risco Político 2019. Consultado em 22 de junho de 2019. Disponível em: <https://www.marsh.com/br/campaigns/mapa-risco-politico-2019.html> .

Moinho do Maneio. (2019). *Homepage*. Consultado em 20 junho 2019. Disponível em <https://moinhodomaneio.pt/>

Moutinho, A. (2020). Procura crescente pode ajudar “a salvar o Verão do interior”. *Público*. Consultado em 13 de setembro 2020. Disponível em <https://www.publico.pt/2020/08/06/sociedade/noticia/ha-turistas-zonas-rurais-interior-problema-ambiente-1927234>

Moutinho, L. (2016). A new vision of living... tourism – From key social drivers, the multioptional, consumer, profound and deep, travel to local and “ground up” TDs. *Produtos, Mercados e Destinos Turísticos* – págs. 39 a 43.

Neves, A. (2008). Estudo de caracterização do turismo no espaço rural e do turismo de natureza em Portugal. Lisboa: IESE, DGADR.

Palheiros do Castelo. (2019). *Homepage*. Consultado em 20 junho 2019. Disponível em <http://logradouro.pt/palheirosdocastelo/>

Palierse, C.(2020, Apr.17). Le tourisme affronte une crise historique. *Les Echos*. Disponível em <https://search.proquest.com/docview/2390705176?accountid=26401>

Passos, O. (2020). Próximo verão na Europa será como regressar a 1970, estima entidade de turismo. Observador. Consultado a 28 abril 2020. Disponível em <https://observador.pt/2020/04/26/proximo-verao-na-europa-sera-como-regressar-a-1970-estima-setor-do-turismo/?fbclid=IwAR1iVuIYv-nKVjeCd%E2%80%A6>

Pires, C. (2020). E as férias, covid-19, também nos vais mudar as férias para sempre?. Diário de Notícias. Consultado a 10 junho 2020. Disponível em <https://www.dn.pt/edicao-do-dia/10-mai-2020/e-as-ferias-covid-19-tambem-nos-vais-mudar-as-ferias-para-sempre-12167221.html>

Polucha, I., Žukovskis, J., Jaszczak, A., & Marks, E. (2009). Rural Tourism in the Areas with Valuable Resources: Systematic Approach. *Rural development*, 105-110.

Portaria n.º 937/2008, de 20 de agosto, da Presidência do Conselho de Ministros e Ministérios da Economia e da Inovação e da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas. Diário da República I Série, N.º 160 (2008). Disponível em www.dre.pt

Quinta da Cabrita. (2019). *Homepage*. Consultado em 20 junho 2019. Disponível em <https://www.quintadacabrita.pt/>

Quinta de Seves. (2019). *Homepage*. Consultado em 20 junho 2019. Disponível em <https://quintamadredeagua.pt/>

Quinta do Barracão da Vilariça. (2019). *Homepage*. Consultado em 20 junho 2019. Disponível em <http://www.terra-sa.com/>

Quinta do Fontelo. (2019). *Homepage*. Consultado em 20 junho 2019. Disponível em <http://www.quintadofontelo.com/>

Sanches, F. (2018, 12 de janeiro). Belmonte ultrapassa os 100 mil visitantes. *Jornal do Fundão*. Disponível em <https://www.jornaldofundao.pt/belmonte/belmonte-ultrapassa-os-100-mil-visitantes/>

Sgroi, F., Di Trapani, A. M., Testa, R., & Tudisca, S. (2014). The rural tourism as development opportunity or farms. The case of direct sales in Sicily. *Am. J. Agric. Biol. Sci*, 9(3), 407-419.

Silva, L. (2006). O turismo em espaço rural: um estudo da oferta e dos promotores. *SILVA*.

Silva, L. (2007). A procura do turismo em espaço rural. *Etnográfica*, 11(1), 141-163.

Solar dos Cerveiras. (2019). *Homepage*. Consultado em 20 junho 2019. Disponível em <http://www.solardoscerveiras.com/>

THR. (2012). Estudo sobre a Internacionalização do Turismo no Meio Rural – Modelo de negócios e estratégias de desenvolvimento. Disponível em <http://www.dgadr.gov.pt/14-diversificacao-e-meio-rural/174-des-tur-rural>

Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2006). Heritage tourism in the 21st century: Valued traditions and new perspectives. *Journal of heritage tourism*, 1(1), 1-16.

Turismo de Portugal, I.P. (2017). *Estratégia turismo 2027. Liderar o Turismo do Futuro*.

Turismo de Portugal, I.P. (2018b). *Turismo em Portugal | 2017*. Disponível em <http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/turismo-em-portugal-2017.aspx>

Turismo de Portugal, IP. (2018a). *World Travel Awards 2018: Portugal é o melhor destino europeu pela segunda vez*. Disponível em <http://www.turismodeportugal.pt/pt/Noticias/Paginas/wta-2018-portugal-e-o-melhor-destino-europeu-pela-segunda-vez.aspx>

Turismo de Portugal, IP. (2019). *World Travel Awards 2019: Portugal é o Melhor Destino Turístico do Mundo e o Turismo de Portugal é o Melhor Organismo Oficial de Turismo*. Consultado em 20 fevereiro 2020. Disponível em <http://www.turismodeportugal.pt/pt/Noticias/Paginas/world-travel-awards-2019.aspx>

Turismo de Portugal, IP. (2020). *Desempenho turístico*. Consultado em 11 junho 2020. Disponível em http://business.turismodeportugal.pt/pt/Conhecer/Apresentacao/Desempenho_Turistico/Paginas/default.aspx

United Nations Environment Programme. Division of Technology. (2005). *Making tourism more sustainable: A guide for policy makers*. World Tourism Organization Publications.

World Tourism Organization. (2016). *UNWTO Annual Report 2015*. Madrid, Spain: UNWTO.

World Tourism Organization. (2018). *UNWTO Annual Report 2017*. Madrid, Spain: UNWTO.

World Tourism Organization. (2020, May). Impact Assessment of the COVID-19 Outbreak on International Tourism. Consultado em 11 junho 2020. Disponível em <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>

Anexos

Anexo 1 – Localização dos principais concorrentes

Nome	Tipologia	Localização	
		Município	Região (NUT III)
Carya Tallaya	Casa de campo	Sabugal	Beiras e Serra da Estrela
Casa da Lagariça	Casa de campo	Sabugal	Beiras e Serra da Estrela
Casas do Juízo	Turismo de aldeia	Pinhel	Beiras e Serra da Estrela
Chão do Rio	Turismo de aldeia	Seia	Beiras e Serra da Estrela
Colmeal Countryside Hotel	Hotel Rural	Figueira Castelo Rodrigo	Beiras e Serra da Estrela
Kazas do Serado	Casa de campo	Belmonte	Beiras e Serra da Estrela
Moinho do Maneio	Casa de campo	Penamacor	Beiras e Serra da Estrela
Palheiros do Castelo	Casa de campo	Sabugal	Beiras e Serra da Estrela
Quinta de Seves	Casa de campo	Covilhã	Beiras e Serra da Estrela
Quinta Madre d' Água	Hotel Rural	Gouveia	Beiras e Serra da Estrela
Solar dos Cerveiras	Casa de campo	Seia	Beiras e Serra da Estrela
Casa das Palmeiras	Casa de campo	Mangualde	Dão-Lafões
Quinta do Fontelo	Casa de campo	Vouzela	Dão-Lafões
Quinta do Barracão da Vilarica	Agro-turismo Casa de campo	Vila Flor	Alto Trás-os-Montes
Herdade da Urgueira	Agro-turismo	Vila Velha de Ródão	Beira Interior Sul
Quinta da Cabrita	Casa de campo	Santarém	Lezíria do Tejo
Imani Country House	Casa de campo	Évora	Alentejo Central

Fonte: Compilação feita pela autora a partir da informação nos sítios eletrónicos das empresas e/ou plataformas de pesquisa e reservas utilizadas pelas empresas

Anexo 2 – Informação sobre capacidade de alojamento, preços, serviços e atividades disponíveis

Nome	Capacidade	Preço/noite	Serviços disponíveis	Atividades disponíveis/sugeridas	Como e onde vende
Carya Tallaya	1 Casa T1 3 Casas T2	90€ - 110€ 130€ - 170€	Acesso <i>Wi-Fi</i> Mobilidade condicionada - 1 casa Cama extra 20€/pessoa Cama ou berço 5€ / até 5 anos Piscina exterior Horta Lareira Um cesto de lenha por noite (outono/inverno)	SPA Termal do Cró (20% desconto)	Site da empresa Sites de reservas Telefone e-mail
Casa da Lagariça	1 Casa T2 1 Casa T3	90€ - 160€ 135€ - 240€	Acesso <i>Wi-Fi</i> Parque infantil Churrascos Jardim / Terraço	Apenas fora do estabelecimento	Site da empresa Sites de reservas Telefone e-mail
Casas do Juízo	1 Casa T0 3 Casa T1 2 Casas T2 1 Casa T3 1 casa T4	83€ - 95€ 73€ - 95€ 97€ - 140€ 148€ - 165€ 220€ - 240	Acesso <i>Wi-Fi</i> Piscina exterior Restaurante Cesta de lenha/noite (inverno) Pequeno almoço não incluído (8€/pessoa) As casas são alugadas para a totalidade do alojamento	Apenas fora do estabelecimento	Site da empresa Sites de reservas Telefone e-mail

Fonte: Compilação feita pela autora a partir da informação nos sítios eletrónicos das empresas e/ou plataformas de pesquisa e reservas utilizadas pelas empresas

Anexo 2 – Informação sobre capacidade de alojamento, preços, serviços e atividades disponíveis (cont.)

Nome	Capacidade	Preço/noite	Serviços disponíveis	Atividades disponíveis/sugeridas	Como e onde vende
Chão do Rio	4 Casas T1 1 Casa T2	120€ – 300€ 190€ – 440€	Mobilidade condicionada Acesso <i>Wi-Fi</i> Animais de estimação admitidos Piscina exterior Jardim Churrascos Parque infantil Massagem Cama extra - 20€ Loja de recordações	Caminhadas Andar de bicicleta Equitação (Fora do alojamento)	<i>Site da empresa</i> <i>Sites de reservas</i> Telefone <i>e-mail</i>
Colmeal Countryside Hotel	12 quartos duplos/single 1 Suite familiar Apartamento T2	86€ - 115€ 195€ - 205€ 203€ - 214€	Piscina exterior Parque infantil / jogos SPA Restaurante Loja	Piqueniques Passeios de bicicleta Prova de vinhos (Fora do alojamento) <i>workshops</i> culinários	<i>Site da empresa</i> <i>Sites de reservas</i> Telefone <i>e-mail</i>
Kazas do Serado	3 quartos	65€ - 110€	Mobilidade condicionada 1 quarto Acesso <i>Wi-Fi</i>	Apenas fora do estabelecimento	<i>Site da empresa</i> <i>Sites de reservas</i> Telefone <i>e-mail</i>
Moinho do Maneio	3 quartos 2 Casas 1 "bolha"	75€ 90€ 100€	Jogos Livros Revistas	Reiki Massagens Canoagem Trampolim Percurso pedestres Moto 4 Passeios a cavalo BTT	<i>Site da empresa</i> <i>Sites de reservas</i> Telefone <i>e-mail</i>

Fonte: Compilação feita pela autora a partir da informação nos sítios eletrónicos das empresas e/ou plataformas de pesquisa e reservas utilizadas pelas empresas

Anexo 2 – Informação sobre capacidade de alojamento, preços, serviços e atividades disponíveis (cont.)

Nome	Capacidade	Preço/noite	Serviços disponíveis	Atividades disponíveis/sugeridas	Como e onde vende
Palheiros do Castelo	Palheiro II - T1 Palheiros I, III e IV - T2	55€ 85€	Mobilidade condicionada - 2 casas Cama extra ou berço - 10€ Preços não incluem pequeno almoço - 3€ Bicicletas Acesso <i>WI-FI</i>	Apenas fora do estabelecimento	<i>Site da empresa</i> <i>Sites de reservas</i> Telefone <i>e-mail</i>
Quinta de Seves	Casa Principal 3 quartos Casa ao lado 4 quartos	Quartos 85€ - 125€ T4 - 280€	Acesso <i>WI-FI</i> Piscina exterior Jardim Preços não incluem pequeno almoço no alojamento T4	Passeios bicicleta Piquenique Caminhadas Prova de vinhos	<i>Site da empresa</i> <i>Sites de reservas</i> Telefone <i>e-mail</i>
Quinta Madre d' Água	10 quartos duplos 1 <i>Delux</i> Suite 1 Junior Suite 1 Vila T2	120€ - 130€ 160€ - 280€ 140€ - 240€ 200€ - 280€	Acesso <i>WI-FI</i> Piscina exterior Restaurante Loja com produtos da quinta	Acompanhar o pastor na ordenha e pastoreio Caminhadas pela quinta Piquenique	<i>Site da empresa</i> <i>Sites de reservas</i> Telefone <i>e-mail</i>
Solar dos Cerveiras	9 quartos	50€ - 60€	Acesso <i>WI-FI</i> Bar, Salão polivalente Cama extra < 12 anos - 10€ Cama extra > 12 anos - 20€	Lagarada Magusto Caminhadas BTT (Fora do alojamento)	<i>Site da empresa</i> <i>Sites de reservas</i> Telefone <i>e-mail</i>
Casa das Palmeiras	4 Casas T1	169€ – 290€ (preços para 2 noites – política de estadia mínima)	Mobilidade condicionada Acesso <i>Wi-Fi</i> Quinta pedagógica Horta / jardim de aromas Piscina biológica Biblioteca, Ginásio	Atividades na quinta pedagógica Andar de bicicleta	<i>Site da empresa</i> <i>Sites de reservas</i> Telefone <i>e-mail</i>

Fonte: Compilação feita pela autora a partir da informação nos sítios eletrónicos das empresas e/ou plataformas de pesquisa e reservas utilizadas pelas empresas

Anexo 2 – Informação sobre capacidade de alojamento, preços, serviços e atividades disponíveis (cont.)

Nome	Capacidade	Preço/noite	Serviços disponíveis	Atividades disponíveis/sugeridas	Como e onde vende
Quinta do Fontelo	3 suites	desde 114€	Piscina exterior	Passeios a cavalo Passeios de <i>Segway</i> Piqueniques Passeios 4x4	Site da empresa Sites de reservas Telefone e-mail
Quinta do Barracão da Vilariaça	8 quartos duplos 1 suite Casa 4 quartos Casa 1 quarto Casa 2 quartos	De 32,50€ (1 pax) a 520€ (16 pax)	Cama suplementar - 25,00 Parque para crianças Loja com produtos da quinta Canil	Apenas fora do estabelecimento	Site da empresa Sites de reservas Telefone e-mail
Herdade da Urgueira	6 quartos 3 Apartamentos T1 2 Apartamentos T2 2 Apartamentos T3 1 suite T2	40€ - 75€ 85€ - 120€ 130€ - 180€ 180€ - 240€ 200€ - 260€	Acesso <i>Wi-Fi</i> Restaurante Sala de eventos (300 pessoas) Sala reuniões (50 pessoas)	Passeio de barco na barragem Atividade ligadas à olivicultura	Site da empresa Sites de reservas Telefone e-mail
Quinta da Cabrita	3 Casas T1 1 Casa T2	desde 85€ desde 145€	Piscina exterior Parque infantil Sala de jogos Cama extra - 15€	Apenas fora do estabelecimento	Site da empresa Sites de reservas Telefone e-mail
Imani Country House	2 quartos 1 suites 2 suite júnior 2 “The” suite	desde 165€ desde 185€ desde 175€ desde 201€	Mobilidade condicionada -1quarto Acesso <i>Wi-Fi</i> Duas piscinas exteriores Restaurante / Bar Cama extra (< 12 anos) - 35€ Cama extra (adulto) - 45€ Política estadia mínima - 2 noites	Caminhar pela propriedade Matraquilhos Snooker	Site da empresa Sites de reservas Telefone e-mail

Fonte: Compilação feita pela autora a partir da informação nos sítios eletrónicos das empresas e/ou plataformas de reserva utilizadas pelas empresas

Anexo 3 – Implantação da Casa da Quinta e distribuição dos edifícios

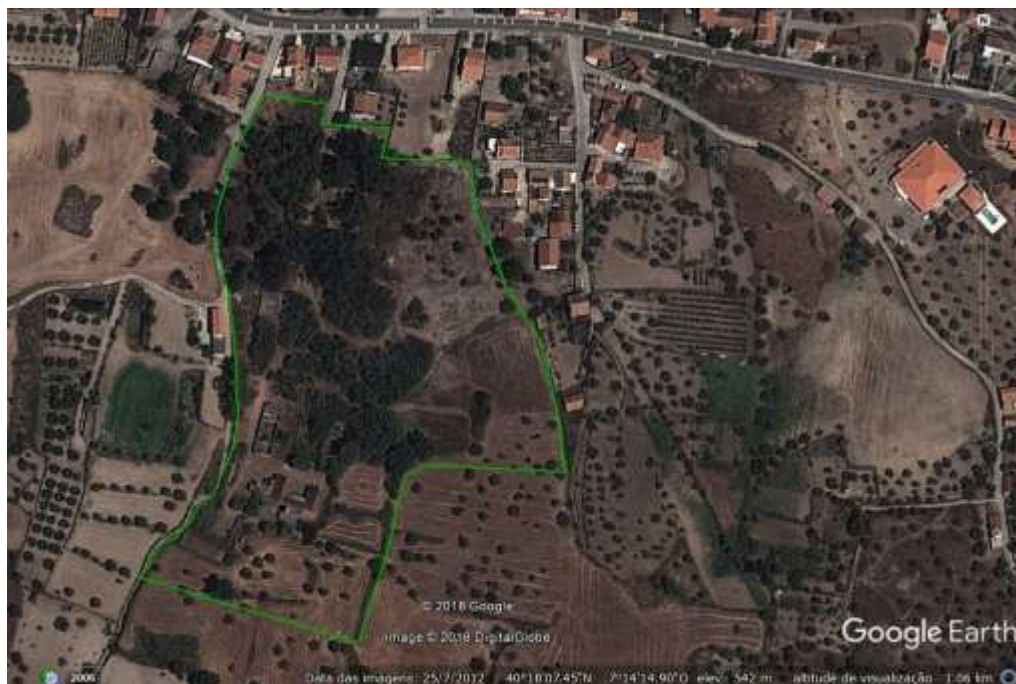


Figura A3.1 – Área de implantação da Casa da Quinta; Fonte: Adaptado pela autora de Google Earth (2018)



Figura A3.2 – Distribuição dos edifícios e espaços da Casa da Quinta; Fonte: Adaptado pela autora de Google Earth (2018)

Anexo 4 – Tipologias dos alojamentos da Casa da Quinta



Figura A4.1 – Planta de exemplo de Quarto duplo; Fonte: Adaptado pela autora



Figura A4.2 – Planta de exemplo de Quarto duplo acessível a pessoas com mobilidade reduzida; Fonte: Adaptado pela autora



Figura A4.3 – Planta de exemplo de Suite; Fonte: Adaptado pela autora



Figura A4.4 – Planta de exemplo de Apartamento T1; Fonte: Adaptado pela autora

Anexo 5 – Equipamento Básico, quantidades, custos e fornecedores

Equipamento Básico	Ativo Tangível	Quantidade	Preço unitário	Custo total	Fornecedor
Aparelhos de ar condicionado	DAIKIN 5MXS90E 30000BTU até 5 unidades interiores	8	2 900,00 €	23 200,00 €	DAIKIN
Aparelhos e utensílios de uso específico	Almofada decorativa	10	10,00 €	100,00 €	Espaço Casa
	Caixote lixo	54	10,00 €	540,00 €	IKEA
	Caixote lixo	2	37,00 €	74,00 €	UtensiliosCozinha.pt
	Candeeiro mesa	3	15,00 €	45,00 €	Espaço Casa
	Candeeiro mesa cabeceira	30	20,00 €	600,00 €	IKEA
	Candeeiro pé	16	20,00 €	320,00 €	IKEA
	Carpete / tapete	5	300,00 €	1 500,00 €	IKEA
	Conjunto (vários) Jogos mesa	2	80,00 €	160,00 €	EurekaKids
	Cortinados	42	10,00 €	420,00 €	IKEA / Espaço Casa
	Espelho	30	20,00 €	600,00 €	IKEA
	Quadros	52	10,00 €	520,00 €	IKEA
	Bule (1200 ml)	12	8,00 €	96,00 €	IKEA
	Caneca (300ml)	36	1,50 €	54,00 €	IKEA
	Chávena café + pires (60ml)	25	1,75 €	43,75 €	IKEA
Chávena chá + pires (260ml)	76	2,50 €	190,00 €	IKEA	

Fonte: Compilação feita pela autora a partir da informação nos sítios eletrónicos das empresas e/ou orçamentos disponíveis

Anexo 5 – Equipamento Básico, quantidades, custos e fornecedores (cont.)

Equipamento Básico	Ativo Tangível	Quantidade	Preço unitário	Custo total	Fornecedor
Aparelhos e utensílios de uso específico	Copo água	60	1,00 €	60,00 €	IKEA
	Copo água / whisky	50	1,00 €	50,00 €	IKEA
	Copo cerveja (500ml)	25	1,00 €	25,00 €	IKEA
	Copo champanhe	25	1,00 €	25,00 €	IKEA
	Copo martini / cocktail	25	1,50 €	37,50 €	IKEA
	Copo p/ wc	62	0,50 €	31,00 €	IKEA
	Copo sumo/galão (350ml)	60	0,50 €	30,00 €	IKEA
	Copo vinho branco	50	1,00 €	50,00 €	IKEA
	Copo vinho tinto	100	1,00 €	100,00 €	IKEA
	Garrafa mesa com tampa (1L)	20	5,00 €	100,00 €	IKEA
	Jarra (1,6L)	16	2,95 €	47,20 €	Espaço Casa
	Prato fundo (23cm)	90	2,25 €	202,50 €	IKEA
	Prato jantar (26 cm)	90	2,75 €	247,50 €	IKEA
	Prato sobremesa (21cm)	90	1,75 €	157,50 €	IKEA
	Taça cereais (12cm)	65	1,50 €	97,50 €	IKEA
	Taça servir (24cm)	22	4,50 €	99,00 €	IKEA
Aquecedor 3 pacotes leite	1	370,00 €	370,00 €	Casa da Hotelaria	

Fonte: Compilação feita pela autora a partir da informação nos sítios eletrónicos das empresas e/ou orçamentos disponíveis

Anexo 5 – Equipamento Básico, quantidades, custos e fornecedores (cont.)

Equipamento Básico	Ativo Tangível	Quantidade	Preço unitário	Custo total	Fornecedor
Aparelhos e utensílios de uso específico	Arca vertical	1	1 000,00 €	1 000,00 €	Worten
	Aspirador	3	93,00 €	279,00 €	CleanCash
	Buffet Quente (3 x 1,5 L)	1	50,00 €	50,00 €	Worten
	Centrifugadora sumo	1	30,00 €	30,00 €	Worten
	Chaleira elétrica	7	20,00 €	140,00 €	Worten
	Cortador elétrico de fiambre	1	71,34 €	71,34 €	UtensiliosCozinha.pt
	Espremedor citrinos	1	15,00 €	15,00 €	Worten
	Ferro/caldeira passar	1	100,00 €	100,00 €	Worten
	Fogão	1	720,00 €	720,00 €	Worten
	Frigorífico	2	535,00 €	1 070,00 €	Worten
	Frigorífico 38 l	7	123,00 €	861,00 €	Hiperportugal
	Máquina café automática	1	269,00 €	269,00 €	Worten
	Máquina café filtro	1	75,00 €	75,00 €	Worten
	Máquina lavar loiça	1	750,00 €	750,00 €	Worten
	Máquina Lavar roupa	1	840,00 €	840,00 €	Worten
	Micro-ondas	7	50,00 €	350,00 €	Worten
Panela calefator elétrico	1	105,03 €	105,03 €	UtensiliosCozinha.pt	

Fonte: Compilação feita pela autora a partir da informação nos sítios eletrónicos das empresas e/ou orçamentos disponíveis

Anexo 5 – Equipamento Básico, quantidades, custos e fornecedores (cont.)

Equipamento Básico	Ativo Tangível	Quantidade	Preço unitário	Custo total	Fornecedor
Aparelhos e utensílios de uso específico	Placa vitrocerâmica (2 bocas)	6	136,00 €	816,00 €	Worten
	Robot de cozinha	1	832,00 €	832,00 €	Worten
	Secador cabelo	15	45,00 €	675,00 €	Hiperportugal
	Secador roupa	1	650,00 €	650,00 €	Worten
	Torradeira	6	13,00 €	78,00 €	Worten
	Torradeira elétrica	1	45,84 €	45,84 €	UtensiliosCozinha.pt
	Tostadeira / sanduicheira	1	45,00 €	45,00 €	Worten
	Varinha mágica	9	10,00 €	90,00 €	Worten
	Açucareiro inox (350ml)	5	20,93 €	104,65 €	UtensiliosCozinha.pt
	Caneca térmica inox (1000ml)	5	42,84 €	214,20 €	UtensiliosCozinha.pt
	Caneca térmica inox (1500ml)	10	55,21 €	552,10 €	UtensiliosCozinha.pt
	Chaleira inox (350ml)	5	12,83 €	64,15 €	UtensiliosCozinha.pt
	Chaleira inox (600ml)	5	17,48 €	87,40 €	UtensiliosCozinha.pt
	Colher cozinha (3 tamanhos)	4	5,00 €	20,00 €	Continente
	Colher servir (12)	1	15,80 €	15,80 €	IDEIAPACK
	Colheres café (6) / chá (6) / sobremesa (6) / sopa (6)	52	5,00 €	260,00 €	IKEA
	Concha (12)	1	39,00 €	39,00 €	IDEIAPACK

Fonte: Compilação feita pela autora a partir da informação nos sítios eletrónicos das empresas e/ou orçamentos disponíveis

Anexo 5 – Equipamento Básico, quantidades, custos e fornecedores (cont.)

Equipamento Básico	Ativo Tangível	Quantidade	Preço unitário	Custo total	Fornecedor
Aparelhos e utensílios de uso específico	Escumadeira (12)	1	39,00 €	39,00 €	IDEIAPACK
	Espátula (12)	1	15,80 €	15,80 €	IDEIAPACK
	Faca mesa (6) / sobremesa (6)	20	5,00 €	100,00 €	IKEA
	Facas cozinha (5) + 1 tesoura	1	46,00 €	46,00 €	4Kitchen
	Frigideira (kit 20 cm + 26 cm)	6	7,00 €	42,00 €	IKEA
	Frigideiras (5 peças)	1	103,00 €	103,00 €	UtensiliosCozinha.pt
	Garfo mesa (6)/sobremesa (6)	20	5,00 €	100,00 €	IKEA
	Garfo trinchar (12)	1	15,80 €	15,80 €	IDEIAPACK
	Leiteira inox (150 ml)	5	9,15 €	45,75 €	UtensiliosCozinha.pt
	Leiteira inox (600 ml)	5	18,91 €	94,55 €	UtensiliosCozinha.pt
	Panela (19 cm)	6	10,00 €	60,00 €	IKEA
	Pinças	12	4,00 €	48,00 €	4Kitchen
	Pinças	6	5,00 €	30,00 €	4Kitchen
	Tábuas de corte (5 tipos)	5	20,00 €	100,00 €	4Kitchen
	Tabuleiro	7	7,00 €	49,00 €	IKEA
	Tabuleiros forno inox (4 peças)	1	90,00 €	90,00 €	UtensiliosCozinha.pt
Tacho (28 cm)	12	23,35 €	280,20 €	Espaço Casa	

Fonte: Compilação feita pela autora a partir da informação nos sítios eletrónicos das empresas e/ou orçamentos disponíveis

Anexo 5 – Equipamento Básico, quantidades, custos e fornecedores (cont.)

Equipamento Básico	Ativo Tangível	Quantidade	Preço unitário	Custo total	Fornecedor
Aparelhos e utensílios de uso específico	Tachos e Panelas (5 peças)	2	80,00 €	160,00 €	4Kitchen
	Talheres de mesa (kit 6 garfo+6 faca+6 colher)	12	15,00 €	180,00 €	IKEA
	Talheres de servir + cozinhar	6	28,50 €	171,00 €	IKEA/Continente
	Talheres de sobremesa (kit 6 garfo+6 faca+6 colher)	12	15,00 €	180,00 €	IKEA
	Tigela inox	6	3,70 €	22,20 €	4Kitchen
	Travessa servir	22	8,00 €	176,00 €	IKEA
	Kit Home cinema	1	290,00 €	290,00 €	Worten
	Televisão (32")	15	150,00 €	2 250,00 €	Worten
	Televisão smartTv (43")	1	500,00 €	500,00 €	Worten
	Almofada camping	4	3,00 €	12,00 €	Decathlon
	Baloço 2 lugares	1	129,00 €	129,00 €	EurekaKids
	Bancada	2	309,00 €	618,00 €	Leroy Merlin
	Boias salvamento + corda	2	50,50 €	101,00 €	Games and Fun / NAUTITEJO
	Cabos Esfregona	12	14,50 €	174,00 €	IDEIAPACK
	Cama de rede	4	25,00 €	100,00 €	IKEA
	Carro limpeza multifuncional	4	207,00 €	828,00 €	CuboHotel
Churrasqueira	2	189,00 €	378,00 €	Leroy Merlin	

Fonte: Compilação feita pela autora a partir da informação nos sítios eletrónicos das empresas e/ou orçamentos disponíveis

Anexo 5 – Equipamento Básico, quantidades, custos e fornecedores (cont.)

Equipamento Básico	Ativo Tangível	Quantidade	Preço unitário	Custo total	Fornecedor
Aparelhos e utensílios de uso específico	Colchão ar	2	18,00 €	36,00 €	Decathlon
	Dispensador gel mãos	8	4,00 €	32,00 €	IKEA
	Dispensador gel mãos / duche	34	4,00 €	136,00 €	IKEA
	Duche solar	1	200,00 €	200,00 €	Leroy Merlin
	Esfregona	12	8,30 €	99,60 €	IDEIAPACK
	Fraldário	2	197,00 €	394,00 €	CuboHotel
	Kit lavagem loiça	6	11,95 €	71,70 €	IKEA/Continente
	Pá + escova lixo	4	4,30 €	17,20 €	Nisbest
	Parque infantil kiosk	1	650,00 €	650,00 €	EurekaKids
	Rodo limpa vidros	4	11,50 €	46,00 €	IDEIAPACK
	Tábua passar	1	77,00 €	77,00 €	Worten
	Tela	1	100,00 €	100,00 €	Fnac
	Tenda Campismo 2p	2	20,00 €	40,00 €	Decathlon
	Vara resgate	1	105,00 €	105,00 €	NAUTITEJO
Colchoaria, roupas brancas e atalhados	Almofada (45x35)	3	4,00 €	12,00 €	IKEA
	Almofadas (50x80)	103	8,00 €	824,00 €	IKEA
	Cobertor berço	3	15,00 €	45,00 €	IKEA

Fonte: Compilação feita pela autora a partir da informação nos sítios eletrónicos das empresas e/ou orçamentos disponíveis

Anexo 5 – Equipamento Básico, quantidades, custos e fornecedores (cont.)

Equipamento Básico	Ativo Tangível	Quantidade	Preço unitário	Custo total	Fornecedor
Colchoaria, roupas brancas e atalhados	Cobertor individual	45	15,00 €	675,00 €	Conforama
	Colcha dupla	25	40,00 €	1 000,00 €	IKEA
	Colcha individual	33	25,00 €	825,00 €	IKEA
	Edredão berço	3	10,00 €	30,00 €	IKEA
	Edredão duplo	25	90,00 €	2 250,00 €	IKEA
	Edredão individual	33	55,00 €	1 815,00 €	IKEA
	Resguardo colchão	3	15,00 €	45,00 €	Zippy
	Sobrecolchão duplo	15	180,00 €	2 700,00 €	IKEA
	Fronhas (50x80)	106	5,00 €	530,00 €	IKEA
	Guardanapos (45x45)	146	1,44 €	210,24 €	BestGift
	Kit cozinha(2 panos+1 pega+1 luva)	8	8,50 €	68,00 €	IKEA
	Lençóis (conjunto com fronha)	3	25,00 €	75,00 €	Zippy
	Lençol duplo (200x180)	50	30,00 €	1 500,00 €	IKEA
	Lençol individual (200x90)	66	15,00 €	990,00 €	IKEA
	Tapete wc	20	3,90 €	78,00 €	Lusatêxtil
	Toalha banho 500g (150x100)	55	8,70 €	478,50 €	Lusatêxtil
Toalha de rosto 500g (50x100)	53	4,45 €	235,85 €	Lusatêxtil	

Fonte: Compilação feita pela autora a partir da informação nos sítios eletrónicos das empresas e/ou orçamentos disponíveis

Anexo 5 – Equipamento Básico, quantidades, custos e fornecedores (cont.)

Equipamento Básico	Ativo Tangível	Quantidade	Preço unitário	Custo total	Fornecedor
Colchoaria, roupas brancas e atalhados	Toalha piscina riscas (70 x 160)	30	5,00 €	150,00 €	BestGift
	Toalhas mesa (140x140)	32	12,20 €	390,40 €	BestGift
	Toallete 500g (30x50)	175	1,55 €	271,25 €	Lusatêtil
Equipamentos de energia solar	Equipamentos de energia solar		63 468,00 €	63 468,00 €	Vulcano
Outros equipamentos	Videoprojetor	1	580,00 €	580,00 €	Fnac
	Bicicleta adulto	4	186,00 €	744,00 €	Topgim - Material para desporto
	Bicicleta criança	8	105,00 €	840,00 €	Topgim - Material para desporto
	Extintores CO2, 2 Kg	8	34,44 €	275,52 €	Loja do extintor
	Extintores CO2, 5 Kg	2	55,35 €	110,70 €	Loja do extintor
	Extintores P6	15	24,00 €	360,00 €	Loja do extintor
	Mantas corta-fogo	7	12,18 €	85,26 €	Loja do extintor
	Sistema Automático Deteção Incêndios	1	9 300,00 €	9 300,00 €	Gerador de preços
Mobiliário	Aparador	1	350,00 €	350,00 €	IKEA
	Bancada + Prateleiras	3	176,00 €	528,00 €	IKEA
	Bancada + Prateleiras	3	176,00 €	528,00 €	IKEA
	Banco	2	60,00 €	120,00 €	Baltexport

Fonte: Compilação feita pela autora a partir da informação nos sítios eletrónicos das empresas e/ou orçamentos disponíveis

Anexo 5 – Equipamento Básico, quantidades, custos e fornecedores (cont.)

Equipamento Básico	Ativo Tangível	Quantidade	Preço unitário	Custo total	Fornecedor
Mobiliário	Banco com encosto	4	79,00 €	316,00 €	IKEA
	Banco exterior	4	25,00 €	100,00 €	IKEA
	Berço/cama de viagem (inclui colchão)	3	80,00 €	240,00 €	Zippy
	Cabides (lote 8 unidades)	15	4,00 €	60,00 €	IKEA
	Cacifo duplo	7	126,00 €	882,00 €	Baltexport
	Cadeira (acolchoada)	30	60,00 €	1 800,00 €	IKEA
	Cadeira (tampo acolchoado)	64	30,00 €	1 920,00 €	IKEA
	Cadeira refeição p/criança	3	25,00 €	75,00 €	IKEA
	Cadeiras e mesa apoio (4 lugares)	2	530,00 €	1 060,00 €	IKEA
	Cama desdobrável (inclui colchão)	3	60,00 €	180,00 €	IKEA
	Colchão individual	30	299,00 €	8 970,00 €	IKEA
	Espreguiçadeira	15	169,00 €	2 535,00 €	IKEA
	Estante/armário	2	200,00 €	400,00 €	IKEA
	Estante/armário	1	450,00 €	450,00 €	IKEA
	Guarda-sol	14	60,00 €	840,00 €	IKEA
	Louceiro	1	350,00 €	350,00 €	IKEA
Mesa apoio	8	20,00 €	160,00 €	IKEA	

Fonte: Compilação feita pela autora a partir da informação nos sítios eletrónicos das empresas e/ou orçamentos disponíveis

Anexo 5 – Equipamento Básico, quantidades, custos e fornecedores (cont.)

Equipamento Básico	Ativo Tangível	Quantidade	Preço unitário	Custo total	Fornecedor
Mobiliário	Mesa bilhar + acessórios	1	1 722,00 €	1 722,00 €	MATRAQUILHOS & SNOOKERS
	Mesa cabeceira	30	40,00 €	1 200,00 €	IKEA
	Mesa de jogos (xadrez, damas, cartas)	1	360,00 €	360,00 €	MATRAQUILHOS & SNOOKERS
	Mesa matraquilhos	1	119,00 €	119,00 €	EurekaKids
	Mesa refeições	16	89,00 €	1 424,00 €	Totalcenter
	Mesa/toucador	15	100,00 €	1 500,00 €	IKEA
	Móvel p/ televisão	10	65,00 €	650,00 €	IKEA
	Móvel p/ televisão	1	200,00 €	200,00 €	IKEA
	Poltrona	23	150,00 €	3 450,00 €	IKEA
	Poltrona exterior	6	110,00 €	660,00 €	IKEA
	Pufe exterior	4	99,00 €	396,00 €	IKEA
	Secretária	1	200,00 €	200,00 €	IKEA
	Sofá (2 lugares)	5	450,00 €	2 250,00 €	IKEA
	Sofá cama (144x199)	8	360,00 €	2 880,00 €	IKEA
	Sommier 200x(2x90)	15	289,00 €	4 335,00 €	IKEA

Fonte: Compilação feita pela autora a partir da informação nos sítios eletrónicos das empresas e/ou orçamentos disponíveis

Anexo 6 – Simulação “Caixaleasing Imobiliário Empresas”

02/09/2020

Leasing



Leasing

Vantagens

Características

Contabilização/Fiscalidade

Factoring

Vantagens

Características

CaixaMaíestouraria

Crédito

Vantagens

Características

Preçário

AdesãoPortalCliente

Acesso Rápido

- Sites do Grupo---
- Produtos---
- Simuladores---
- Links Úteis---

Home | Leasing | **Simulador**

Simulador

Leasing Imobiliário

Em 02-09-2020 foi efectuada em www.cf.pt a simulação com as seguintes características:

Dados Simulação

(1) Valor da Operação	1086500,00 €
(2) IMT + Imposto de Selo	2628,00 €
	Financiado
Outras Despesas por conta do Cliente (valor estimado)	750,00 €
Montante Financeiro (1+2) se financiados	1089128,00 €

Resultados Financeiros

Primeira Prestação	4657,94 €
Restantes Rendas	4657,94 €
Valor Residual	450000,00 €
Prazo	240 Meses
Tipo de Taxa	Indexada
Componente Variável	se positiva, a média aritmética simples das Taxas Euribor a 12 meses, apurada com referência ao mês imediatamente anterior ao do início de cada período de contagem de juros e arredondada para a milésima de ponto percentual mais próxima. (*)
TAN	3,000%
TAE	3,067%
Comissão de Estudo e Montagem	1845,00 €
Comissão de Gestão e Portes	12,92 € (**)

(*)Nesta data, a média aritmética simples das Taxas Euribor a 12 meses, apurada com referência ao mês imediatamente anterior e arredondada para a milésima de ponto percentual mais próxima, é de +0,359%.

(**)Em caso de adesão ao Portal de Cliente/Documento Digital, isento de portes.

Os valores apresentados são indicativos e sujeitos a confirmação após análise de crédito, e foram calculados com base nas taxas/indexantes e normativos em vigor na presente data e que poderão estar sujeitos a alteração. Desta forma, a presente simulação não constitui uma oferta juridicamente vinculativa, nem implica qualquer obrigação para as empresas do grupo CGD de conceder o financiamento.

Caixa Leasing e Factoring – Instituição Financeira de Crédito, SA

Home | Quem Somos | Taxas | Indicadores | Mapa do Site | Contactos | Preçário | Governo da Sociedade | Livro de Reclamações

www.cf.pt/leasing/pages/Simulador.aspx?simulador=Comercial&estado=output

1/2

