



**VNiVERSiDAD
D SALAMANCA**

CAMPUS DE EXCELENCIA INTERNACIONAL

FACULTAD DE GEOGRAFÍA E HISTÓRIA

DEPARTAMENTO DE GEOGRAFÍA

Programa de Doctorado “Nuevos Recursos y Sustentabilidad en Turismo”

TESIS DOCTORAL

**“TURISMO NO ESPAÇO RURAL E PATRIMÓNIO. AS
CASAS DE CAMPO NA ILHA DA MADEIRA”**

ELISABETE TEIXEIRA GOUVEIA RODRIGUES

DIRECTORA:

Doctora M^a ISABEL MARTÍN JIMÉNEZ

2014

La presente Tesis Doctoral fue elaborada por ELISABETE TEIXEIRA GOUVEIA RODRIGUES, bajo la dirección de la doctora D^a M^a ISABEL MARTÍN JIMÉNEZ, Profesora Titular de Análisis Geográfico Regional en el Departamento de Geografía de la Universidad de Salamanca, para optar al título de Doctora por la Universidad de Salamanca.

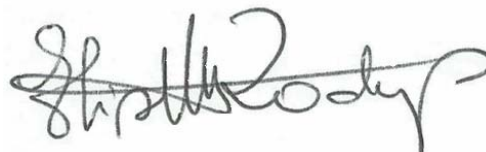
Salamanca, 7 de Marzo de 2014

La directora

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'I' followed by 'Mª J' and a horizontal line extending to the right.

Dra. M^a Isabel Martín Jiménez

La doctoranda

A handwritten signature in black ink, starting with a large 'E' and 'T' followed by 'G R' and a horizontal line extending to the right.

Elisabete Teixeira Gouveia Rodrigues

MADEIRA

*Grateful I leave thee, Island of gorgeous bowers!
Where Time's sole dial is of star-gemm'd flowers;
Where winds are shedding, from Elysian wings,
Fresh life and hope, - even o'er faded things.
When last I sought thee, drooping, racked with pain,
I little deemed that earth for me again
Would smile with beauty; glad and free as first
On this orb's chaos magically burst:
For Death's pale shadow seemed around me thrown;
And wearied hope from my sick heart was gone.
I gazed on life as on a flickering light,
Soon to be veiled by an eternal night.
A strange, wild alchemy thou hold'st, fair isle;
Within thy breast a spirit lives, whose smile,
Bright as the hues of thy most radiant sky,
Blendeth and steapest all in harmony.
Thou Paradise of Earth, adieu! Oh, not forgot
In one sweet glade, or elfin-peopl'd spot;
And dearer memories rush o'er my heart,
As miser's treasure: never must we part!"*

(Driver, 1838: 84-85)

AGRADECIMENTOS

A realização da presente investigação, apesar da nossa forte motivação foi o resultado de um esforço individual que contou com o valiosíssimo apoio e colaboração de quantos nos acompanharam ao longo desta caminhada.

Começamos por expressar as nossas felicitações à Universidade de Salamanca e, em especial ao Departamento de História e ao Departamento de Geografia, pelo lançamento do presente doutoramento que contribuirá seguramente para a produção de novo conhecimento, em diferentes áreas e, em particular, na área do Turismo.

Uma palavra de apreço e a nossa profunda gratidão dirigimos à Sra. Prof. Doutora D^a M^a Isabel Martín Jiménez, nossa Diretora de Tese, pelas preciosas sugestões, pela inestimável colaboração, pelo profundo conhecimento da temática subjacente, pela indicação e cedência de documentação, ações que se traduziram num incentivo contínuo e elementar na orientação da presente tese de doutoramento.

Manifestamos igualmente o nosso forte reconhecimento a todos os docentes que conduziram as sessões coletivas integradas na parte curricular do doutoramento, em particular ao Sr. Prof. Doutor D. Valentín Cabero Diéguez, catedrático de Geografia, pela qualidade dos conhecimentos transmitidos e pela atenção dispensada.

A nossa gratidão à Direção Regional do Ordenamento do Território e Ambiente pela cedência da base cartográfica que nos permitiu a elaboração dos mapas e por toda a amabilidade e colaboração concedidas.

Às Bibliotecas e Arquivos onde efetuámos diferentes pesquisas, aos amigos, aos colegas de doutoramento e a tantos outros que anonimamente desenvolveram esforços que culminaram na totalidade de conjunturas que nos permitiram a concretização deste trabalho, endereçamos o nosso agradecimento.

Devemos ainda uma palavra de agradecimento a todos os proprietários das Casas de Campo que acederam colaborar na presente investigação, aos representantes da Associação Madeira Rural e a todos os visitantes que anonimamente responderam aos nossos questionários.

Por fim, é digno de destaque o nosso intenso reconhecimento ao João Luís e ao Henrique Fernando, pelo apoio incondicional e incentivo constante com que nos presentearam ao longo de mais um dos múltiplos percursos de uma vida partilhada.

A todos os nossos agradecimentos.

ÍNDICE GERAL

ÍNDICE DE QUADROS, GRÁFICOS E FIGURAS.....	13
SIGLAS E ABREVIATURAS.....	21
RESUMO / ABSTRACT	24
INTRODUÇÃO À INVESTIGAÇÃO	27
CAPÍTULO I - ESTRUTURA TEÓRICA E METODOLÓGICA	33
1.1 Antecedentes.....	35
1.2 Marco Teórico Conceptual - Pressupostos de Partida	40
1.2.1 Conceito de Turismo.....	40
1.2.2 Conceito de Viajante, Visitante, Turista e Excursionista.....	43
1.2.3 Classificações e Formas de Turismo	46
1.2.4 Procura e Oferta Turística	49
1.2.5 A Motivação Turística	52
1.2.6 A Promoção Turística	55
1.2.7 Conceito de Turismo em Espaço Rural	65
1.2.8 O Perfil do Visitante no Espaço Rural.....	75
1.2.9 Conceito de Património.....	85
1.3 Marco Metodológico.....	100
1.3.1 Hipóteses de Trabalho.....	100
1.3.2 Enquadramento e Objetivos	102
1.3.3 Metodologia e Etapas da Pesquisa.....	104
1.3.4 Fontes e Técnicas de Investigação.....	107
1.3.5 Estrutura do Trabalho	114
CAPÍTULO II - CONFIGURAÇÃO DO TURISMO NO ESPAÇO RURAL NA MADEIRA	117
2.1 O produto Turístico TER	119
2.1.1 A Capacidade de Alojamento.....	120

2.1.2	Estimativa de Dormidas	123
2.1.3	Taxas de Ocupação-cama.....	128
2.2	Em Estudo: As Casas de Campo na Ilha da Madeira	131
2.2.1	Os Empreendimentos	140
2.2.2	Os Proprietários/Representantes.....	142
2.2.3	A Oferta e Divulgação Turística.....	148
2.2.4	A Avaliação dos Visitantes	168
2.2.5	Estimativa de Dormidas e Mercados Emissores	174
2.2.6	Taxas de Ocupação-cama.....	179
2.2.7	Sazonalidade.....	181
2.2.8	A Perceção dos Proprietários/Representantes	183
2.3	O Perfil do Visitante TER – Casas de Campo.....	186
2.3.1	Caraterização Sociodemográfica e Económica	186
2.3.2	Viagem e Motivações	193
2.3.3	A Visita à Localidade.....	200
2.3.4	O Olhar dos Proprietários TER sobre o Visitante	206
2.3.5	As Especificidades do Visitante das Casas de Campo na Madeira	212
2.4	Sustentabilidade e Impactos Ambiental, Económico e Sociocultural	221
2.5	Considerações Finais	236
CAPÍTULO III - O PATRIMÓNIO DA ILHA DA MADEIRA COMO RECURSO TURÍSTICO...		237
3.1	A Classificação dos Recursos Turísticos	239
3.2	Património Natural.....	244
3.2.1	Parque Natural da Madeira.....	249
3.2.2	Reserva Natural Integral das Ilhas Selvagens	255
3.2.3	Reserva Natural Parcial do Garajau.....	259
3.2.4	Reserva Natural Integral das Ilhas Desertas.....	260
3.2.5	Reserva Natural do Sítio da Rocha do Navio.....	264

3.2.6	Percursos Pedonais Recomendados na Madeira para Contemplação da Natureza.....	266
3.3	Património Cultural.....	280
3.3.1	Imóveis Classificados por Concelho.....	290
3.3.2	Atividades Culturais e Tradicionais por Concelho	321
3.3.3	Museus	345
3.3.4	Gastronomia e Vinhos.....	348
3.3.5	O Artesanato.....	356
3.4	Considerações Finais	361
CAPÍTULO IV - INICIATIVAS DE DESENVOLVIMENTO		365
4.1	O papel do Estado no Desenvolvimento do Turismo em Espaço Rural	367
4.2	O Envolvimento Comunitário	381
4.3	O Associativismo.....	400
4.3.1	ACIF	401
4.3.2	AP Madeira	403
4.3.3	Associação Madeira Rural.....	406
4.4	Considerações Finais	417
CAPÍTULO V - GUIA DE BOAS PRÁTICAS PARA AS CASAS DE CAMPO NA MADEIRA...		421
5.1	O Pano de Fundo	423
5.2	Acolhimento	441
5.2.1	Anfitriões.....	442
5.2.2	Informação	444
5.2.3	Reservas	447
5.2.4	Atendimento, Entradas e Saídas	449
5.2.5	Refeições	458
5.2.6	Animação	460
5.3	Infraestruturas, Equipamentos e Outros.....	463

5.4	Limpeza e Manutenção	468
5.5	Ambiente Interno e Externo	471
5.6	Gestão do Empreendimento	474
5.7	Considerações Finais	476
CAPÍTULO VI - SÍNTESES E CONCLUSÕES		477
6.1	Reflexões Finais	479
6.2	Sínteses e Conclusões Específicas	482
6.3	Conclusões Gerais.....	497
BIBLIOGRAFIA E FONTES DOCUMENTAIS		501
ANEXOS		533
I – Modelo do Questionário ao Visitante.....		535
II – Guião da Entrevista aos Proprietários/Representantes das Casas de Campo		541
III – Guião da Entrevista à Associação «Madeira Rural»		545
IV – Historial da Associação «Madeira Rural»		549
V – Estatutos da Associação «Madeira Rural»		562
V.1 – Estatutos Aprovados a 10.10.2000 e alterados a 28.11.2003, por Escritura Pública		562
V.2 – Estatutos Alterados em Assembleia Geral a 16.11.2012.....		569
VI – Tipologia da Classificação dos Recursos Turísticos (OEA).....		576
VII – Classificação dos Recursos Turísticos [Livro Branco do Turismo (1991)]		579
VIII – Anexo Estatístico – Questionário aos Visitantes.....		584
VIII.1 – Índice dos Quadros Estatísticos		585
VIII.2 – Quadros Estatísticos		597

ÍNDICE DE QUADROS, GRÁFICOS E FIGURAS

Quadros

Quadro 1 – Motivações Turísticas	53
Quadro 2 – Classificação das Atividades	54
Quadro 3 – Ação Promocional da AP Madeira	59
Quadro 4 – Turismo em Espaço Rural – Enquadramento Legislativo.....	74
Quadro 5 – Localização das Casas de Campo – Concelhos	109
Quadro 6 – Capacidade de Alojamento- Casas de Campo (Nº de Camas por Concelho)	112
Quadro 7 – Resumo dos Objetivos e Metodologia da Investigação	116
Quadro 8 – Dormidas no TER por País de Residência Habitual, na RAM.....	123
Quadro 9 – Variação do Número de Dormidas entre 2011 e 2012.....	125
Quadro 10 – Product Definition for “Rural Accommodation”	131
Quadro 11 – Casas de Campo na Madeira, por Concelhos	140
Quadro 12 – Capacidade de Alojamento e Nº de Edifícios.....	148
Quadro 13 – Integração das Casas de Campo na Arquitetura Típica Local.....	149
Quadro 14 – Equipamentos Adicionais.....	150
Quadro 15 – Serviço de Pequeno-almoço	151
Quadro 16 – Animação.....	152
Quadro 17 – Comercialização de Produtos	153
Quadro 18 – Informação Escrita: Idiomas.....	154
Quadro 19 – Informação Escrita: Tópicos Não Contemplados (I)	154
Quadro 20 – Informação Escrita: Tópicos Não Contemplados (II).....	158
Quadro 21 – Divulgação.....	159
Quadro 22 – Descrição das Casas na Internet (Booking.com)	161
Quadro 23 – Descrição das Casas na Internet (Allrural.com)	163
Quadro 24 – Opinião dos Visitantes Sobre o Espaço Rural e o Ambiente Envolvente (Segundo os Proprietários).....	164
Quadro 25 – Grau de Satisfação do Visitante – Qualidade do Alojamento	168
Quadro 26 – Recomendar ou Regressar à Unidade Turística.....	171
Quadro 27 – Sugestões à Unidade Turística.....	172

Quadro 28 – Dormidas nas Casas de Campo por País de Residência Habitual, na RAM	174
Quadro 29 – Variação do Número de Dormidas entre 2011 e 2012 (Casas de Campo – RAM)	176
Quadro 30 – Distribuição Mensal de Dormidas em 2012 (Casas de Campo – RAM)	181
Quadro 31 – Género	186
Quadro 32 – Composição dos Visitantes	187
Quadro 33 – Grupo Etário	187
Quadro 34 – Nível Educativo	188
Quadro 35 – Residência Habitual	188
Quadro 36 – Residência Habitual – Estrangeiro	189
Quadro 37 – Situação Face à Atividade Económica	190
Quadro 38 – Ocupação Profissional	190
Quadro 39 – Rendimento Anual Bruto do Agregado Familiar	191
Quadro 40 – Primeira Visita ou Repetição	193
Quadro 41 – Número de Visitas	193
Quadro 42 – Principal Motivo de Visita	194
Quadro 43 - Organização da Viagem – Pacote Turístico	198
Quadro 44 – Organização da Viagem – Transporte e Alojamento	198
Quadro 45 – Duração da Visita	200
Quadro 46 – Grau de Satisfação - Localidade	202
Quadro 47 – Grau de Satisfação Global da Visita	205
Quadro 48 – Interatividade dos Visitantes com a População Local (Segundo os Proprietários)	209
Quadro 49 – Grau de Satisfação do Visitante - Hospitalidade	210
Quadro 50 – Certificações do Empreendimento	223
Quadro 51 – Pessoal ao Serviço nas Casas de Campo da RAM (1998 – 2012)	229
Quadro 52 – Pessoal ao Serviço nas Casas de Campo em Estudo (2012)	230
Quadro 53 – Grau de Satisfação Global da Visita (Detalhe)	233
Quadro 54 – Grau de Satisfação Global do Visitante – Localidade (Detalhe)	234
Quadro 55 – Classificação dos Recursos Turísticos Inseridos no Património Natural e Cultural da Ilha da Madeira	242
Quadro 56 – Património Natural da RAM	247
Quadro 57 – Parque Natural da Madeira	254

Quadro 58 – Percursos Pedonais Recomendados na Ilha da Madeira	272
Quadro 59 – Imóveis Classificados no Concelho da Calheta.....	291
Quadro 60 – Imóveis Classificados no Concelho de Câmara de Lobos	294
Quadro 61 – Imóveis Classificados no Concelho do Funchal	297
Quadro 62 – Imóveis Classificados no Concelho de Machico	302
Quadro 63 – Imóveis Classificados no Concelho de Ponta do Sol.....	305
Quadro 64 – Imóveis Classificados no Concelho do Porto Moniz	308
Quadro 65 – Imóveis Classificados no Concelho de Ribeira Brava	310
Quadro 66 – Imóveis Classificados no Concelho de Santa Cruz.....	313
Quadro 67 – Imóveis Classificados no Concelho de Santana	316
Quadro 68 – Imóveis Classificados no Concelho de S. Vicente	319
Quadro 69 – Calendário de Eventos do Concelho da Calheta.....	321
Quadro 70 – Calendário de Eventos do Concelho de Câmara de Lobos	324
Quadro 71 – Calendário de Eventos do Concelho do Funchal	326
Quadro 72– Calendário de Eventos do Concelho de Machico	328
Quadro 73 – Calendário de Eventos do Concelho de Ponta do Sol.....	331
Quadro 74 – Calendário de Eventos do Concelho do Porto Moniz	333
Quadro 75 – Calendário de Eventos do Concelho de Ribeira Brava	335
Quadro 76 – Calendário de Eventos do Concelho de Santa Cruz.....	337
Quadro 77 – Calendário de Eventos do Concelho de Santana	340
Quadro 78 – Calendário de Eventos do Concelho de S. Vicente.....	343
Quadro 79 – Museus - Madeira	345
Quadro 80 – Gastronomia Madeirense.....	352
Quadro 81 – Delimitação da Ruralidade na RAM.....	385
Quadro 82 - Eixos Estratégicos do PRODERAM	387
Quadro 83 – 3 Projetos LEADER por GAL - 2009-2010	390
Quadro 84 – 3 Projetos LEADER por GAL - 2011-2012	393
Quadro 85 - Principais Caraterísticas da Medida 3.1	396
Quadro 86 - Principais Caraterísticas da Medida 3.3.....	396
Quadro 87 - Principais Caraterísticas da Medida 3.5.....	397
Quadro 88 - Principais Caraterísticas da Medida 4.....	397
Quadro 89 – Indicadores de Realização dos Eixos 3 e 4.....	398
Quadro 90 – Sistemas de Incentivo.....	399
Quadro 91 – Associados da ACIF-CCIM	402

Quadro 92 – Associados da AP Madeira.....	405
Quadro 93 - Grau de Satisfação do Visitante - Alojamento: Atendimento Pessoal – Profissionalismo	426
Quadro 94 - Grau de Satisfação do Visitante - Alojamento: Atendimento Pessoal – Hospitalidade.....	427
Quadro 95 - Grau de Satisfação do Visitante - Alojamento: Limpeza e Manutenção	428
Quadro 96 - Grau de Satisfação do Visitante - Alojamento: Equipamento e Decoração	429
Quadro 97 - Grau de Satisfação do Visitante - Alojamento: Alimentação	430
Quadro 98 - Grau de Satisfação do Visitante - Alojamento: Animação	431
Quadro 99 - Grau de Satisfação do Visitante - Alojamento: Contacto com os Proprietários do Alojamento	432
Quadro 100 - Grau de Satisfação do Visitante - Alojamento: Sustentabilidade / Preocupação com o Meio Ambiente.....	433
Quadro 101 - Grau de Satisfação do Visitante - Alojamento: Relação Qualidade / Serviços / Preços.....	434
Quadro 102 - Grau de Satisfação do Visitante - Alojamento: Acesso a Novas Tecnologias	435
Quadro 103 - Grau de Satisfação do Visitante - Alojamento: Informação sobre a Localidade	436
Quadro 104 – Áreas a Melhorar - Prioridades.....	437
Quadro 105 – Resumo do Modelo Adotado para o Guia de Boas Práticas das Casas de Campo na Ilha da Madeira	440

Gráficos

Gráfico 1 – Estabelecimentos TER no Arquipélago da Madeira	120
Gráfico 2 – Evolução do Número de Estabelecimentos por Anos e Modalidades	121
Gráfico 3 – Evolução do Número de Camas por Anos e Modalidades	122
Gráfico 4 – Dormidas por Mercados Estrangeiros- Quota [2012]	125
Gráfico 5 – Evolução das Dormidas no Turismo em Espaço Rural na RAM.....	126
Gráfico 6 – Evolução das Taxas de Ocupação-cama no Turismo em Espaço Rural, na RAM, entre 1998 e 2012 - %	128
Gráfico 7 – Taxas de Ocupação-cama, por Meses - % [Δ 02/12]	129
Gráfico 8 – Evolução da Modalidade Casas de Campo por Concelho	141
Gráfico 9 – Dormidas por Mercados Estrangeiros- Casas de Campo -Quota [2012]...	176
Gráfico 10 – Evolução das Dormidas nas Casas de Campo, na RAM	178
Gráfico 11 – Evolução das Taxas de Ocupação-cama – Casas de Campo, na RAM, entre 2007 e 2012 - %	179
Gráfico 12 – Taxas de Ocupação-cama, Casas de Campo, por Meses - % [Δ 07/12] ..	180
Gráfico 13 – Fatores de Opção pelo TER – Casas de Campo.....	196
Gráfico 14 – Recolha de Informação sobre as Casas de Campo	197
Gráfico 15 – Atividades Realizadas Durante a Visita	200
Gráfico 16 – Atividades a Desenvolver Segundo os Visitantes	201
Gráfico 17 – Fatores de Opção pelo TER (segundo os Proprietários).....	206
Gráfico 18 – Atividades Realizadas pelos Visitantes (Segundo os Proprietários)	208
Gráfico 19 – Turismo (Principal Motivo de Viagem)	213
Gráfico 20 – Interesse pela Cultura Tradicional (Principal Motivo de Viagem)	213
Gráfico 21 – Interesse pela Natureza (Principal Motivo de Viagem).....	214
Gráfico 22 – Interesse Gastronómico (Principal Motivo de Viagem)	214
Gráfico 23 – Interesse pela Zona (Principal Motivo de Viagem).....	215
Gráfico 24 – Contacto com a Cultura Local (Fator de Opção por Unidade Turística Rural).....	218

Figuras

Figura 1 – Área de Estudo – Ilha da Madeira.....	32
Figura 2 – Classificação dos Visitantes Internacionais.....	45
Figura 3 – Formas de Turismo	48
Figura 4 – Marca Madeira (BODY.MIND.MADEIRA)	58
Figura 5 – Campanha no Exterior - Decoração Elétricos de Viena (Áustria).....	60
Figura 6 - Campanha no Exterior - Ecrã Gigante na Ópera de Viena (Áustria)	60
Figura 7 - Campanha no Exterior - Lona CR9 - Plaza Castilla (Espanha)	61
Figura 8 - Campanha no Exterior - Painéis (1.100) - Metro de Londres (Reino Unido)	61
Figura 9 - Campanha na Internet - Madeira Tan Bella Como Siempre - www.rumbo.es (Espanha)	62
Figura 10 - Logótipo da Madeira.....	62
Figura 11 – Material Promocional - Merchandising - Kit para Gel e Champô.....	63
Figura 12 - Material Promocional – Merchandising - Caixa de Incenso e Chá com Aromas da Madeira	63
Figura 13 – Artigos Publicados - Diario de Avisos (Espanha)	64
Figura 14 - Artigos Publicados - La Provincia (Espanha)	64
Figura 15 - O Conceito de Turismo Rural (OMT)	68
Figura 16 – Caraterização do Turista - Madeira.....	77
Figura 17 – Caraterização das Férias/Estadia – Madeira (I)	78
Figura 18 - Caraterização das Férias/Estadia – Madeira (II).....	79
Figura 19 – Representatividade da Amostra de Investigação	110
Figura 20 - Requisitos das Instalações - Casas de Campo	134
Figura 21 – Requisitos de Funcionamento - Casas de Campo	135
Figura 22 – Análise Concetual do Decreto-Lei nº 39/2008, Alterado pelo Decreto-Lei nº 228/2009	137
Figura 23 – Análise Concetual da Portaria nº 937/2008	138
Figura 24 – Análise Concetual do Decreto Legislativo Regional nº 12/2009/M	139
Figura 25 – Site de uma Casa de Campo - «Atividades».....	156
Figura 26 – Site de uma Casa de Campo - «Breve História».....	157
Figura 27 – Site de uma Casa de Campo - «Facilidades».....	157
Figura 28 – Amigo do Ambiente - EXCELÊNCIA.....	224
Figura 29 – Aliado do Ambiente - OURO	225

Figura 30 – Atitude Ambiental - PRATA	225
Figura 31 – Parâmetros de Avaliação	226
Figura 32 - Empreendimentos Contemplados com o Distintivo de Qualidade Ambiental (2009/2012).....	227
Figura 33 – Património Natural – Áreas Classificadas da RAM.....	248
Figura 34 - Scilla madeirensis var. melliodora.....	257
Figura 35 – Chão dos Caramujos – Selvagem Grande	258
Figura 36 – Ilhas Desertas	260
Figura 37 - Lobo-marinho (Monachus monachus)	261
Figura 38 - Tarântula-das-desertas (Lycosa ingens).....	262
Figura 39 – Passeio ao Rabaçal (25 Fontes).....	270
Figura 40 – Levada das 25 Fontes (Rabaçal – 25 Fontes)	274
Figura 41 - Levada do Caldeirão Verde (Queimadas - Caldeirão Verde - Caldeirão do Inferno)	276
Figura 42 - Vereda da Ribeira da Janela (Curral Falso - Ribeira da Janela).....	278
Figura 43 – Património Cultural – Imóveis Classificados (ilha da Madeira).....	286
Figura 44 – Imóveis Classificados – Concelho da Calheta.....	292
Figura 45 – Imóveis Classificados – Concelho de Câmara de Lobos	295
Figura 46 – Imóveis Classificados – Concelho de Funchal	300
Figura 47 – Imóveis Classificados – Concelho de Machico	303
Figura 48 – Imóveis Classificados – Concelho de Ponta do Sol.....	306
Figura 49 – Imóveis Classificados – Concelho do Porto Moniz	308
Figura 50 – Imóveis Classificados – Concelho de Ribeira Brava	311
Figura 51 – Imóveis Classificados – Concelho de Santa Cruz.....	314
Figura 52 – Imóveis Classificados – Concelho de Santana	317
Figura 53 – Imóveis Classificados – Concelho de S. Vicente.....	320
Figura 54 – Museus – Ilha da Madeira	347
Figura 55 – Logótipos das Associações.....	400
Figura 56 – Denominação e Âmbito de Ação da Madeira Rural	408
Figura 57 – Vila Joaninha (Licenciada como Casa de Campo pela DRT)	409
Figura 58 – Vivenda Belo Horizonte (Empreendimento Turístico Sem Licenciamento TER)	410
Figura 59 – Apartamentos Vila Marta (Empreendimento Turístico Sem Licenciamento TER)	410

Figura 60 – Casa dos Cedros (Licenciada como Casa de Campo pela DRT)	412
Figura 61 – Modelo para o Estudo da Fidelização de Cientes em Turismo Rural	415
Figura 62 – Intervenientes e Atividades no Processo de Acolhimento	441

SIGLAS E ABREVIATURAS

ACAPORAMA – Associação das Casas do Povo da Região Autónoma da Madeira
ACIF - Associação Comercial e Industrial do Funchal
ADRAMA – Associação para o Desenvolvimento da Região Autónoma da Madeira
AGRO.GES – Sociedade de Estudos e Projetos
AP Madeira - Associação de Promoção da Região Autónoma da Madeira
APCER – Associação Portuguesa de Certificação
BTL - Feira Internacional de Turismo (Lisboa)
CIC – Conferência Internacional sobre Conservação
COE/CE – Conselho da Europa
DF – Diocese do Funchal
DGADR - Direção-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural
DLLC – Desenvolvimento Local Liderado pelas Comunidades
DRAC – Direção Regional dos Assuntos Culturais
DRE – Direção Regional de Educação
DREM – Direção Regional de Estatística da Madeira
DRT – Direção Regional de Turismo
EIM/SN – Escritório Internacional dos Museus/Sociedade das Nações
FEADER – Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural
FEAGA – Fundo Europeu Agrícola de Garantia
FEP – Fundo Europeu das Pescas
FERP - Fórum Europeu de Responsáveis pelo Património
FITUR - Feira Internacional de Turismo (Espanha)
GAL – Grupos de Ação Local
GRM – Governo Regional da Madeira
Ias – Índice de amplitude sazonal
ICOMOS - Conselho Internacional dos Monumentos e Sítios
IDR – Instituto de Desenvolvimento Regional
IESE – Instituto de Estudos Sociais e Económicos
IFAP – Instituto de Financiamento da Agricultura e Pescas, I.P.
IM – Interesse Municipal
INE – Instituto Nacional de Estatística
IP – Interesse Público

IPQ – Instituto Português da Qualidade
ISI – International Statistical Institute
ITB – Berlin
JATA - Japan Association of Travel Agents
MN – Monumento Nacional
MR – Madeira Rural
NP – Norma Portuguesa
OCDE -Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico
OMT/WTO – Organização Mundial de Turismo
p.p. – Pontos percentuais
PDR – Programa de Desenvolvimento Rural
PEN – Plano Estratégico Nacional
PENT – Plano Estratégico Nacional do Turismo
PG – Programa do Governo da Região Autónoma da Madeira
PNM – Parque Natural da Madeira
POT – Plano de Ordenamento Turístico
PRODER – Programa de Desenvolvimento Rural do Continente
PRODERAM – Programa de Desenvolvimento Rural da Madeira
PRORURAL – Programa de Desenvolvimento Rural dos Açores
PRRN – Programa para a Rede Rural Nacional
QUALITOOL - Transfer of Quality Insurance Tools for European Rural Tourism Sector
RAM – Região Autónoma da Madeira
RUP – Região Ultraperiférica
SIFIT – Sistema de Incentivos Financeiros ao Investimento Turístico
SRA – Secretaria Regional do Ambiente
SRARN – Secretaria Regional do Ambiente e Recursos Naturais
SRPF – Secretaria do Plano e Finanças
SRT – Secretaria Regional da Cultura, Turismo e Transportes
SRTCE – Secretaria Regional do Turismo e Cultura
TER – Turismo em Espaço Rural
TH – Turismo de Habitação
TN – Turismo de Natureza
Ts – Taxa de sazonalidade
TURIHAB – Associação do Turismo de Habitação

UN/ONU - Organização das Nações Unidas

UNEF – United Nations Environment Programme

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

VCR – Valor Cultural Regional

VR – Valor Regional

WTM – World Travel Market

WTTC – World Travel & Tourism Council

ZEC – Zona Especial de Conservação

ZPE – Zona de Proteção Especial

RESUMO

A presente tese de doutoramento aborda o Turismo em Espaço Rural (TER), em particular as Casas de Campo na ilha da Madeira, focalizando a interligação entre este segmento turístico e o património regional. De uma forma geral, esta investigação é parte do debate empírico e teórico sobre a relação entre o desenvolvimento sustentável do turismo em espaço rural e a recuperação e preservação do património desta região.

Para a prossecução dos nossos objetivos recorreremos à conjugação dos métodos qualitativos e quantitativos face à inexistência de estudos desta natureza sobre a ilha da Madeira, através do lançamento de inquéritos por questionário, entrevistas semiestruturadas, trabalho de campo e pesquisa bibliográfica e documental.

A investigação permitiu concluir que a simbiose entre o Turismo em Espaço Rural e o Património da Ilha é positiva, tendo o desenvolvimento turístico das Casas de Campo na Madeira contribuído para a recuperação e preservação do património regional.

Os resultados mostraram ainda que o perfil do visitante das Casas de Campo na Madeira possui especificidades quando comparado com os perfis de outros destinos turísticos e que as motivações turísticas deste visitante não se fundamentam unicamente no património natural, possuindo o património cultural da Ilha uma relativa representatividade. Constatou-se igualmente que a oferta turística das Casas de Campo não se encontrava perfeitamente adequada à procura turística e que a elaboração de um Guia de Boas Práticas dirigido às Casas de Campo seria fundamental para a qualidade e desenvolvimento deste tipo de turismo.

Sendo os efeitos do turismo em espaço rural nas economias locais ainda discretos, os resultados da presente investigação, em especial o desenho do perfil do visitante e o guia de boas práticas apresentados, serão fundamentais para uma melhor promoção do turismo em espaço rural e dos recursos turísticos da Região Autónoma da Madeira e para o delineamento de uma estratégia futura integrada e articulada entre os diferentes intervenientes, em prol do desenvolvimento turístico sustentável do turismo em espaço rural na Madeira.

Palavras-chave: Turismo em Espaço Rural, Casas de Campo, Património Natural, Património Cultural, Oferta e Procura Turística, Perfil do Visitante, Guia de Boas Práticas, Madeira.

ABSTRACT

The present PhD thesis addresses Rural Tourism, in particular Madeira Island's Country Homes, focusing on the relation between this tourist segment and Madeira's regional heritage. Generally, this investigation is a part of the empirical and theoretical debate over Rural Tourism's sustainable growth and the recuperation and preservation of this region's heritage.

In order to pursue our objectives we called upon a conjugation of qualitative and quantitative methods such as surveys, semi structured interviews, field work and bibliographical and documental research, due to the inexistence of studies of this nature about Madeira Island.

This investigation led to the conclusion that the symbiosis between Rural Tourism and the island's heritage is positive, with the tourist growth of Country Homes in Madeira playing a vital role in the recuperation and preservation of the region's heritage.

The results also show that the Country Homes' visitor's profile differs when compared to those of other European tourist destinations and that this visitor is attracted to not only the natural heritage but also to the cultural heritage. It was equally stated that the Country Homes' touristy offer is ill suited to the touristy demand and that the elaboration of a «Best Practice Guide for the Country Homes» is imperative to ensure the quality and growth of this type of tourism.

Being the effects of Rural Tourism in the local economy still discreet, the results of the present investigation, specially the profiling of the visitor and the presentation of a Best Practice Guide, will be fundamental to a better promotion of Rural Tourism, of the region's vast tourist resources and to the development of a fully integrated and articulated strategy between all intervenient towards the sustainable growth of Madeira's Rural Tourism.

Key words: Rural Tourism, Country Homes, Natural Heritage, Cultural Heritage, Touristy Supply and Demand, Visitor's Profile, Guidelines, Madeira.

INTRODUÇÃO À INVESTIGAÇÃO

INTRODUÇÃO

São bem conhecidas as repercussões positivas que a atividade turística provoca, quando bem desenvolvida: fomenta nos núcleos recetores as condições sociais e políticas, favorece a conservação do património ambiental e cultural e melhora a economia.

Para o Arquipélago da Madeira, o turismo é uma das principais fontes económicas que ao longo de dois séculos tem vindo a movimentar e impulsionar a produção de numerosas atividades, incluindo a preservação e recuperação do património.

Sendo a ilha da Madeira um destino turístico por excelência, torna-se imprescindível conhecer os seus produtos turísticos em profundidade e estudar os respetivos processos de desenvolvimento numa perspetiva de sustentabilidade presente e futura, na qual as entidades governamentais possam intervir de forma mais consciente sobre o setor, uma vez que «*sustainability is the responsibility of all those involved in tourism, but governments must play a leading role*» (WTO, 2007b: 12).

O turismo em espaço rural (TER) é muito recente em Portugal e, em particular, no arquipélago da Madeira. Nas últimas décadas o TER tem estado presente nas políticas de desenvolvimento do país, contando-se entre os seus principais objetivos, a revitalização do tecido económico rural. Os estudos que têm sido elaborados sobre o TER no espaço de Portugal continental têm-nos revelado que este segmento turístico ainda não atingiu os patamares ambicionados. No caso do arquipélago da Madeira e apesar de uma implementação mais tardia, os esforços desenvolvidos têm apresentado repercussões positivas, mas ligeiramente distantes das esperadas inicialmente.

Na presente investigação pretendemos identificar os pontos débeis deste segmento turístico na Madeira, na perspetiva de encontrar soluções que contribuam para o desenvolvimento sustentável na Ilha, do ponto de vista turístico, económico, social e cultural da região.

Nesta linha de orientação, optámos por estudar a simbiose entre o Turismo no Espaço Rural, na modalidade Casas de Campo e o Património na ilha da Madeira e em particular o perfil do visitante que procura este tipo de turismo, com a finalidade de que as conclusões possam ajudar a definir estratégias futuras.

A opção pela presente temática fundamentou-se, entre outros motivos, na relativa ausência de estudos nesta área e na nossa forte convicção de que esta, embora com raízes muito recentes na Ilha, será uma área com fortes potencialidades futuras de

desenvolvimento sustentável no âmbito do sector turístico da Região Autónoma da Madeira (RAM).

Estando a presente investigação focalizada na ilha da Madeira, a qual está integrada no Estado Português, urge, antes de prosseguirmos, oferecer o seu enquadramento no território nacional.

Portugal é um país da Europa Ocidental, situado na Península Ibérica, cuja fundação remonta ao século XII. Ao longo da história foi alargando as suas fronteiras, tendo-se transformado, a partir dos séculos XV/XVI, num país mais atlântico que europeu, situação que se manteve até o último quartel do século XX: «*”A Revolução dos Cravos” de 1974, com o abandono de quase todas as colónias e a criação de um regime socialista moderado, representou o início da mudança*» (AAVV, 2005: 102).

Atualmente o Estado Português é constituído por três parcelas com dimensões bastante diferenciadas. A maior, normalmente intitulada «Portugal continental» ou «Portugal peninsular», apresenta uma dimensão de 88.500 Km², representando 16% da superfície da Península Ibérica. As outras duas parcelas, usualmente denominadas como «Portugal insular», representam 3,4% da superfície nacional e correspondem a dois arquipélagos, o dos Açores e o da Madeira, com cerca de 2.400 Km² e 800 Km² de superfície respetivamente (Daveau, 1995: 10-11).

Conforme já referenciámos, o arquipélago da Madeira foi o espaço territorial selecionado para a nossa investigação. O arquipélago localiza-se no Oceano Atlântico Norte, a aproximadamente 1.000 Km de Portugal continental (Ponta de Sagres) e a cerca de 600 Km da costa de Marrocos. É constituído por duas ilhas habitadas, Madeira e Porto Santo e pelos ilhéus desabitados Desertas e Selvagens (Ribeiro, 1985).

A ilha da Madeira é a maior, com uma área aproximada de 740 Km², o que corresponde a 96,2% do arquipélago. Apresenta um comprimento máximo de 57 Km, no sentido Este-Oeste, entre a Ponta de S. Lourenço e a Ponta do Pargo, e uma largura de 23 Km no sentido Norte-Sul, entre a Ponta de S. Jorge e a Ponta da Cruz (Ribeiro, 1985).

O Porto Santo, a segunda maior ilha do arquipélago, localiza-se a cerca de 50 Km a Nordeste da Madeira e apresenta uma superfície de 42 Km² (Ribeiro, 1985).

A Sudeste da ilha principal e no prolongamento da Ponta de S. Lourenço, encontram-se os ilhéus desabitados das Desertas: Ilhéu Chão, Deserta Grande e Bugio, distando 21 Km do Funchal. No conjunto atingem uma área de cerca de 14 Km² (Ribeiro, 1985).

Os ilhéus desabitados das Selvagens, situados a cerca de 300 Km a Su-sudeste da Madeira, apresentam uma área aproximada de 4 Km² (Ribeiro, 1985).

Os primitivos focos vulcânicos originaram o maciço montanhoso central da ilha da Madeira, onde se encontram as suas maiores altitudes: Pico Ruivo com 1.861 metros, Pico das Torres com 1.851 metros e Pico do Areeiro com 1.810 metros (Ribeiro, 1985).

Para a nossa área de estudo seleccionámos a ilha da Madeira, como área primordial de estudo devido a ser a maior ilha do Arquipélago e na qual se localizam, em oito dos dez concelhos que a constituem, os empreendimentos de Turismo em Espaço Rural que pretendemos estudar: as Casas de Campo. Face à receptividade destes empreendimentos na colaboração da presente investigação, para a nossa amostra definimos como área de estudo específica seis concelhos da ilha da Madeira: Calheta, Ponta do Sol, Porto Moniz, Ribeira Brava, Santa Cruz e Santana (cf. Figura 1).

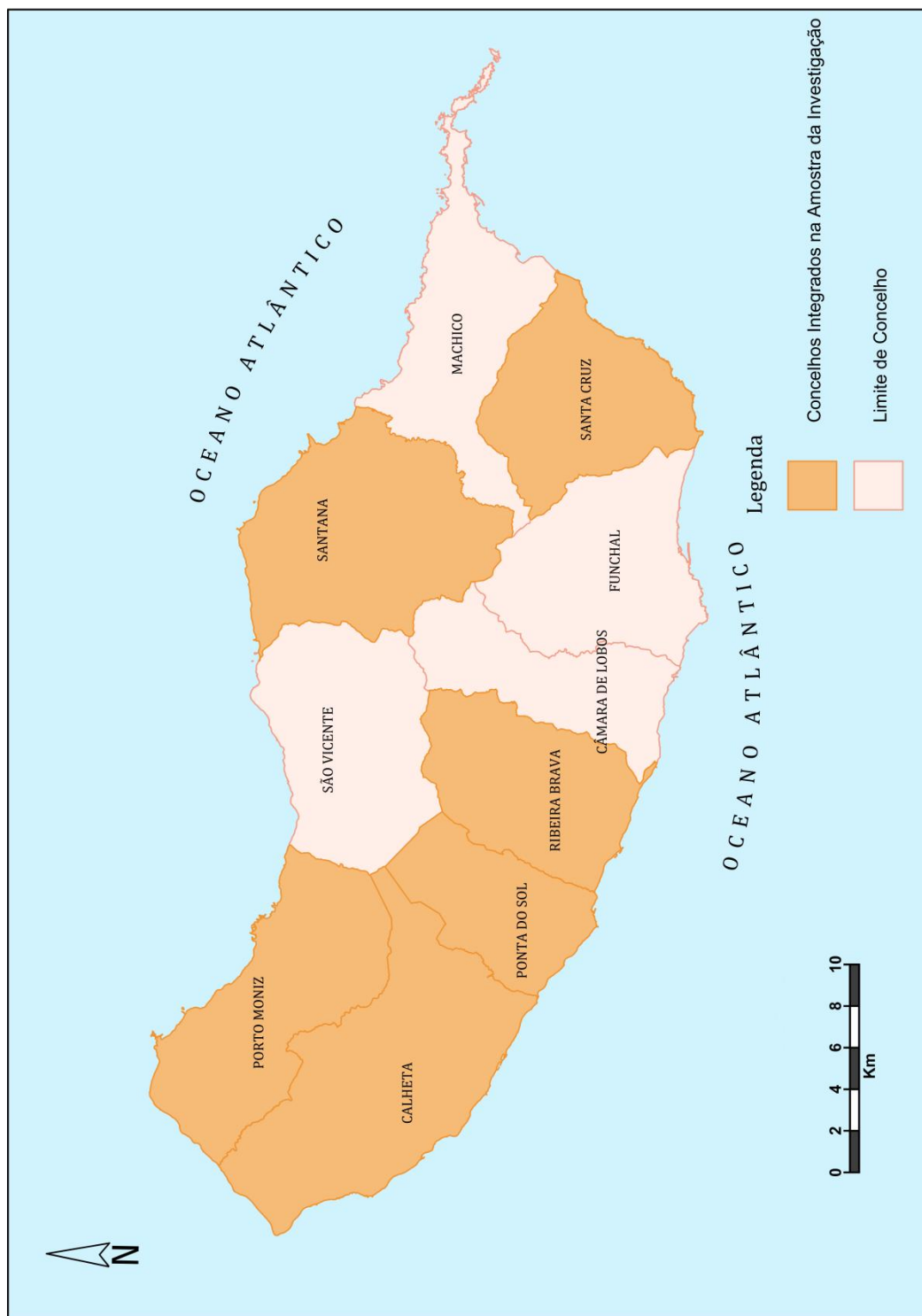
Tendo presente a riqueza do património natural e cultural da Ilha e considerando que a atividade turística é um motor privilegiado na recuperação e preservação dos recursos endógenos do meio rural, tornando-se num relevante fator de desenvolvimento destas áreas, desde que devidamente suportado e apoiado por políticas conducentes a esse desenvolvimento foi igualmente nossa pretensão descortinar as iniciativas de desenvolvimento que têm sido disponibilizadas na RAM, em prol do turismo em espaço rural.

Dada a crescente exigência dos turistas atuais, a qualidade tem vindo a assumir-se como um fator chave na competitividade dos destinos turísticos. Na Madeira, à semelhança de outros núcleos recetores, nas últimas décadas a qualidade tem sido uma preocupação generalizada no seio das empresas turísticas e mais recentemente nos empreendimentos de turismo em espaço rural, principalmente após a publicação da Norma Portuguesa para o «Turismo de Habitação e Turismo no Espaço Rural». Neste âmbito e perante o cenário encontrado no decurso da nossa investigação a elaboração de um Guia de Boas Práticas que pudesse vir a ser utilizado pelas Casas de Campo na Madeira, em nosso entender, aportaria uma vantagem competitiva a estes empreendimentos.

No cenário atual de mudanças constantes, onde impera a necessidade de respostas adequadas a exigências diferenciadas, a informação é uma ferramenta indispensável. É nesta perspetiva que radica a nossa investigação. Foi no contexto desta variedade de experiências que se desenvolveu a ideia da presente temática, com a finalidade de esclarecer e compreender melhor a realidade do TER na ilha da Madeira, na esperança

de que o presente estudo venha a tornar-se útil para todos os que até a data tenham sentido essa necessidade de informação.

Figura 1 – Área de Estudo – Ilha da Madeira



Base cartográfica cedida pela Direção Regional do Ordenamento do Território e Ambiente.
Elaboração própria.

CAPÍTULO I

ESTRUTURA TEÓRICA E METODOLÓGICA

1.1 ANTECEDENTES

De uma forma geral, esta investigação é parte do debate empírico e teórico sobre a relação entre o desenvolvimento sustentável do turismo em espaço rural e a recuperação e preservação do património dessa região.

A revisão da literatura incluiu diferentes análises sobre a presente temática que se centraram nas áreas do turismo em espaço rural e na do património e, em particular na interligação entre ambas.

Segundo Luigi Cabrini, Representante Regional da Organização Mundial de Turismo (OMT) para a Europa, o termo «turismo rural» é utilizado sobretudo quando a «cultura rural» é a componente chave do produto turístico oferecido por essa região (WTO, 2004a: 9). Em sua opinião, o que diferencia os restantes produtos turísticos do turismo em espaço rural «*is the wish to give visitors a personalized contact, a taste of the physical and human environment of the countryside and, as far as possible, allow them to participate in the activities, traditions and lifestyles of local people*» (WTO, 2004a: 9).

Em Portugal, e em termos estritamente jurídicos, turismo em espaço rural é aquele que é praticado em empreendimentos localizados em espaços rurais e que se destinem a prestar «*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.*» (Decreto-Lei n.º 228/2009, ponto 1, art.º 18º)¹. Ainda segundo o mesmo diploma legal, alguns destes empreendimentos, entre eles, os classificados como Casas de Campo, devem «*preservar, recuperar e valorizar o património arquitectónico, histórico, natural e paisagístico dos respectivos locais e regiões onde se situam, através da reconstrução, reabilitação ou ampliação de construções existentes, de modo a ser assegurada a sua integração na envolvente*» (Decreto-Lei n.º 228/2009, ponto 2, art.º 18º).

Tanto no conceito Europeu quanto no conceito Português coexiste a ideia de interligação profunda entre o turismo em espaço rural e o património da região em causa.

¹ Decreto-Lei n.º 228/2009, de 14 de Setembro, Ministério da Economia e da Inovação (Diário da República I Série – Número 178, de 14 de Setembro de 2009).

O turismo em espaço rural tem sido alvo de alguns estudos, principalmente no âmbito Europeu e, apesar da OMT o considerar um mercado potencial, encara-o como pouco estudado até à data (WTO, 2004a: 9). Em Portugal os estudos têm sido poucos, a maioria são de carácter exploratório e muitos já se encontram desatualizados face às recentes alterações do quadro legislativo português.

Encontrámos alguns estudos em Portugal, com temáticas associadas ao sector, nomeadamente no âmbito do desenvolvimento regional, da política comunitária, da expressão geográfica, da sociologia, da antropologia e dos sistemas de informação (Batista, 2008; Batouxas, 1998; Casqueira, 1992; Cavaco, 1999, 2004, 2006; Cravidão, 2004, 2012; Cunha, 1986, 1988; Ferreira, 2004; Figueira, 1998; Leal, 2001; Lopes, 2005; Lourenço, 2005; Marques, 2005; Melo, 2003; Mesquita, 2009; Pereira, 2002; Pinto, 2004; Portela e Caldas, 2003; Relvas, 2006; Silva, 2009; Sousa, 2006). A maioria destes estudos não se encontram publicados, são teses de mestrado ou de doutoramento, acessíveis na Biblioteca Nacional de Portugal. Mediante este quadro, julgamos poder afirmar que o conhecimento do turismo em espaço rural (TER) ainda é muito carente em Portugal e, em especial, na Região Autónoma da Madeira.

Segundo Fernanda Cravidão e João Fernandes o turismo em espaço rural «*sendo uma atividade com recente expressão comercial, não existem ainda resultados estruturais do seu impacto em Portugal. No entanto, alguns estudos para áreas específicas do território nacional [...] associam o desenvolvimento desta actividade a uma “revolução tranquila” no espaço rural*» (Cravidão, Fernandes, 2004: 417).

No que concerne os estudos relacionados com a presente temática sobre a RAM, não encontramos nenhuma publicação ou tese de doutoramento. Apenas temos conhecimento que na Universidade do Minho, Daniela Alvares, em 2007 estava a desenvolver uma tese de doutoramento, sob a orientação da Professora Auxiliar Júlia Lourenço, intitulada «Modelo de Ciclo de Vida do Turismo: Uma Ferramenta para a Gestão do Turismo Rural Aplicada à Ilha da Madeira» (Alvares e Lourenço, 2007).

Segundo a Organização Mundial de Turismo, o TER permite uma grande diversificação nas economias rurais, através da preservação do património cultural e natural que de outra forma poderia desaparecer. Por outro lado, o seu desenvolvimento sustentável poderá gerar emprego, desenvolver a agricultura, preservar as paisagens e o artesanato, melhorar o ambiente e possibilitar um maior envolvimento por parte das mulheres (WTO, 2004a: 9-10).

Em muitos dos estudos que tivemos a oportunidade de ler encontramos conclusões semelhantes, fundamentadas nas políticas de desenvolvimento local em meio rural, iniciadas aquando da integração de Portugal na União Europeia e melhoradas ao longo das últimas décadas: «*A conservação da natureza e da paisagem têm cada vez mais importância, bem como a preservação da herança rural, que tem sido uma das preocupações da Comunidade*» (Leal, 2001: 5). Este modelo de desenvolvimento fundamenta-se na luta sustentável contra os problemas dos espaços rurais e na melhoria da qualidade de vida das populações, recorrendo a recursos endógenos: «*aposta em, e dirige o investimento público para, três frentes: agricultura, património e turismo*» (Silva, 2009: 38-39).

Por outro lado, Manuela Ribeiro confronta «*os olhares marcadamente otimistas sobre o binómio turismo-desenvolvimento rural*» que recentemente se encontram disseminados por toda a Europa, com estudos que os contestam e que revelam «*o carácter excessivo daquele optimismo*» (Ribeiro, 2003: 202-203). Esta opinião é igualmente expressa através dos estudos de Cravidão e Fernandes que questionam o efeito multiplicador desta atividade, principalmente em relação ao NW português: «*A uma oferta cara correspondem taxas de ocupação fracas e ainda marcadas pela sazonalidade, o que cria dificuldades de geração de empregos e capital. Por outro lado, pelo menos neste caso, o número de famílias que intervêm directamente nesta atividade é reduzido, até porque a iniciativa empresarial veio de um conjunto restrito e elitista de actores locais*» (Cravidão e Fernandes, 2004: 427).

As últimas décadas têm presenciado alterações no perfil dos turistas, cada vez mais conhecedores e informados procuram complementar e enriquecer a sua experiência turística combinando diferentes atrações, desde o património natural ao cultural, na tentativa de descortinar e desfrutar de uma forma sofisticada, do espaço em que se encontram. Para satisfazer as expectativas destes visitantes, os mercados turísticos têm vindo a criar serviços e produtos turísticos especiais dirigidos essencialmente a nichos de mercado (WTO, 1997: 117).

Estas conjunturas são favoráveis ao desenvolvimento do turismo em espaço rural na ilha da Madeira. Atendendo à área territorial da Ilha, julgamos lícito considerar que a Madeira dispõe de um rico património natural, no qual distinguimos a Floresta Laurissilva, consagrada pela UNESCO em 1999 como Património Mundial e de um considerável património histórico-cultural, com especial incidência nos monumentos, tradições, artesanato, vinhos, gastronomia regional e algumas atividades culturais de

caráter tradicional, especialmente adequados a este setor turístico. Uma condição chave para competir com êxito neste setor é assegurar vantagens competitivas, sendo considerada como fundamental «*the experience of a way of life and environment that offer a Sharp contrast to life in the modern city*» (WTO, 1997: 122). Ainda segundo a mesma fonte, o turismo em espaço rural é um dos segmentos turísticos que apresenta maiores probabilidades de reunir os princípios da sustentabilidade. Segundo a Organização Mundial de Turismo, o desenvolvimento do turismo rural é uma das três principais formas que se associam quase que de imediato à definição de desenvolvimento sustentável em turismo:

«Whereas currently we are more dealing with the questions of how to actually translate the basic content of sustainable development of tourism into concrete activities. We associate primarily with the development of those forms of tourism that are available in specific conditions. Forms of most relevance are:

- *Rural tourism development*
- *Cultural tourism development*
- *The third market niche is Ecotourism».*

(WTO, 2007d: 79)

No cenário atual, de uma sociedade global marcada por um desenvolvimento ativo e intrincado, o património tem sido considerado como um recurso turístico a ser explorado numa perspetiva sustentável, marcando uma reconhecida presença nos planos estratégicos de turismo: «*Neste âmbito deverão promover-se circuitos que aproveitem e potenciem locais ímpares do país com património natural, paisagístico, histórico e cultural*» (PENT, 2007: 65).

Segundo Pereira, a inter-relação entre o turismo em espaço rural e o património é uma constante sempre que a temática é abordada, destacando-se a relação privilegiada entre este sector turístico «*e os ambientes rurais, a paisagem, as actividades agrícolas e os modos de vida tradicionais que lhes estão associados*» (2009: 77).

Marques defende que o património nas suas diferentes vertentes, graças à sua riqueza e vastidão poderá ser um aliado precioso «*no combate contra a vulgaridade, a falta de qualidade, a massificação e a descaracterização*» (2009:343).

A noção de património sofreu uma grande evolução nos últimos tempos. Enquanto no passado, se resumia a um conceito essencialmente jurídico, designando os bens herdados dos progenitores, na atualidade é compreendido como um elemento

identificador de um povo. Pereira (2009:77) considera que a crescente valorização do património é fruto de uma questão de sobrevivência humana, na tentativa de permitir a um povo a preservação da sua identidade e memória. Esta opinião foi igualmente defendida por Choay (2008:253) ao considerar que o património histórico se assemelha a um imenso espelho onde a humanidade pode contemplar a sua própria imagem, imagem essa que *«pode ser interpretada como o refúgio das sociedades contemporâneas face a transformações de que não dominam nem a profundidade, nem a aceleração e que parecem pôr em causa a sua própria identidade»* (Choay, 2008:253).

É neste contexto de indissociabilidade entre o património e o turismo em espaço rural que Pereira justifica a relevância das comunidades rurais, como *«guardiães de patrimónios e de memórias»* (2009:78) e que nos motivou a delimitar quer o nosso objeto de estudo, quer o rumo da presente investigação.

1.2 MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL - PRESSUPOSTOS DE PARTIDA

1.2.1 CONCEITO DE TURISMO

Ao pretender estudar a temática: «Turismo no Espaço Rural e Património - As Casas de Campo na ilha da Madeira», tornou-se imperativo iniciar essa análise partindo de uma contextualização sumária da terminologia técnica, a qual considerámos fundamental para uma melhor interpretação do nosso estudo.

E para introduzir o conceito de turismo transcrevemos o seguinte desenlace:

«Tourism is today one of the most popular forms of individual happiness. It creates a great many positives externalities such as encounters, work, income in poor and rich countries alike. In this age of globalisation it is a sector that should be automatically taken into account in the formulation of policies that affect all other areas of life».

(WTO, 2003: 14)

Ao longo dos séculos, a conceção de turismo sofreu diversas alterações, embora sempre ligada intrinsecamente a determinados pressupostos: viajar, conhecer outras culturas, visitar e admirar locais diferentes, aprender, relaxar, descansar, encontrar melhores condições para a cura de uma doença, etc.

Em nossa opinião, o desejo de fazer turismo esteve sempre presente na mentalidade humana, desde os primórdios da civilização, sem que nos apercebêssemos e normalmente camuflado por outras motivações, prioritárias então para a sobrevivência humana, nessas épocas remotas.

A partir do século XIX, começámos a tomar consciência da sua existência, dessa necessidade intrínseca do ser humano e iniciámos um percurso que continua na atualidade, a sua conceptualização, ao tentar encontrar definições que se enquadrem nas sucessivas e imparáveis mudanças da sociedade atual. Os seus estudos têm proliferado, as definições têm sido ajustadas. Presentemente conseguimos compreender o fenómeno turístico sob diferentes prismas o que nos permite melhorar as nossas atitudes, numa área multidisciplinar que encerra simultaneamente uma vertente de atividade económica e outra não menos importante, a vertente de atividade sociocultural.

Independentemente das definições aceites mundialmente, entre os estudiosos do Turismo, para a maioria daqueles que «fazem turismo», o conceito apresenta uma

conceção própria, fruto de motivações individuais, de diferentes práticas de estilo de vida e sobretudo dos diferentes «sonhos» de cada indivíduo.

Entre os estudiosos, a contestação sobre os «conceitos-chave» do termo «turismo», cresce cada vez mais. Para tal contribuiu «a institucionalização do turismo em termos académicos». De acordo com C. Hall, Allan Williams e Alan Lew, «*uma das razões para a confusão conceptual é devida à multiplicidade das abordagens disciplinares e paradigmáticas que foram feitas sobre os fenómenos do turismo*» (2004: 27).

O conceito de turismo aparece pela primeira vez no início do segundo quartel do século XX. Em 1942, os professores Walter Hunziker e Kurt Kraft apresentaram a definição que durante largos anos foi considerada a mais elucidativa: «*Turismo é o conjunto das relações e fenómenos originados pela deslocação e permanência de pessoas fora do seu local habitual de residência, desde que tais deslocações e permanências não sejam utilizadas para o exercício de uma actividade lucrativa principal*» (Cit. in Cunha, 2007: 29).

Em 1982, de acordo com Mathieson e Wall, turismo é «*o movimento temporário de pessoas para destinos fora dos seus locais normais de trabalho e de residência, as actividades desenvolvidas durante a sua permanência nesses destinos e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades*». (Cit. in Cunha, 2007: 30).

Esta última definição encerra para além do movimento de pessoas implícito no fenómeno turístico e das relações estabelecidas nos destinos visitados, uma nova vertente, ligada não só à oferta turística mas também à procura turística, isto é, as facilidades criadas para satisfazer as necessidades dos turistas.

Esta, apesar de completar a anterior ainda não consegue cobrir alguns aspetos fundamentais no ponto de vista conceptual do turismo. Outras definições têm surgido, decorrentes da conferência de Otava em 1991. De momento, a definição mais aceite é a da OMT, que considera turismo como «*o conjunto de actividades em que se empenham pessoas temporariamente afastadas do seu ambiente habitual, por um período não superior a um ano, e para uma alargada gama de lazer, negócios, razões religiosas, de saúde e pessoais, excluindo a obtenção de remuneração no local visitado ou uma mudança de residência a longo prazo*» (Cit. in Smith, 2004: 49).

Muitos estudiosos, ao abordar esta temática, têm tentado separar o lazer do trabalho, denominando «turismo de negócios» à vertente do turismo que apresenta a motivação laboral como principal para uma determinada deslocação temporária, sendo o

lazer, a motivação secundária. Este mesmo princípio tem sido aplicado a outros casos, entre eles os relacionados com a religião, desporto, saúde, etc.

Independentemente da distinção que seja efetuada entre motivações principais e motivações secundárias, os conceitos têm mantido dois aspetos coincidentes: a necessidade de deslocação e a duração dessa deslocação. Na verdade só se pratica turismo se existir uma deslocação humana para fora do seu «ambiente usual» e se ela for temporária, que não exceda 12 meses.

De acordo com as *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*, entende-se por «*ambiente usual*» de um indivíduo, a área geográfica (não necessariamente contínua) dentro da qual o indivíduo realiza a sua rotina regular de vida. (UN e WTO, 2010: 12)

À luz deste conceito, podemos afirmar que atualmente o termo turismo, encerra todas as atividades dos visitantes, desde que essas atividades não impliquem remuneração no local visitado ou uma mudança de residência e cuja viagem não exceda os 12 meses.

1.2.2 CONCEITO DE VIAJANTE, VISITANTE, TURISTA E EXCURSIONISTA

O homem desde os primórdios foi um ser que sempre se movimentou, inicialmente por questões de sobrevivência, sendo a procura de alimentos a força motriz das suas deslocações. Quando se tornou um ser sedentário não conseguiu, nem o mundo em seu redor permitiu, que desistisse de movimentar-se. Nessa fase os motivos foram outros, prevalecendo os comerciais, de conquista, de descoberta, entre outros.

Quanto ao termo Viajante², as opiniões têm sido unânimes ao longo dos tempos, sendo compreendido universalmente como qualquer pessoa que se desloque entre duas ou mais localidades por tempo indeterminado, independentemente do motivo da viagem: «*A traveller is someone who moves between different geographic locations for any purpose and any duration*» (UN e WTO, 2010: 9).

Em 1963, a Conferência das Nações Unidas sobre o Turismo e as Viagens Internacionais, reunida em Roma, introduziu um novo termo «Visitante» que designava «*toda a pessoa que se desloca a um país diferente daquele em que possui a sua residência habitual, por qualquer razão que não seja a de aí exercer uma profissão remunerada*» (Cunha, 2007: 17). À luz desta definição quando um viajante pratique turismo, é um «Visitante».

Na mesma reunião, esta definição foi melhorada. O termo «Visitante» foi subdividido em dois grupos: os «Turistas» e os «Excursionistas». Os visitantes que permanecessem mais de 24 horas no local visitado eram os «turistas», os que permanecessem menos de 24 horas eram os «excursionistas», incluindo neste último grupo, os viajantes em cruzeiros.

Esta definição englobava apenas aqueles que se deslocavam ao estrangeiro, e assim permaneceu durante alguns anos. Na sequência de uma recomendação da OMT de 1991, a Comissão de Estatísticas da Organização das Nações Unidas (ONU) adotou em 1993, a definição aceite atualmente³: «*A visitor is a traveller taking a trip to a main destination outside his/her usual environment, for less than a year, for any main purpose (business, leisure or other personal purpose) other than to be employed by a*

² Esta definição não é muito diferente do conceito que consta do Dicionário de Língua Portuguesa: «*Viajante: pessoa que viaja*», sendo que «*Viajar: transitar, por qualquer meio de locomoção, de um lugar para outro, que fica afastado*» (AAVV, 2011: 1641).

³ De acordo com o Dicionário de Língua Portuguesa, «*Visitante: pessoa que visita*» e «*Visitar: ir a casa de (alguém) ou a (algum lugar), por cortesia, caridade, recreio, devoção, ou no exercício de certas profissões*» (AAVV, 2011: 1651), pelo que a grande diferença entre as definições se fundamenta no tempo máximo da visita e no local visitado, o qual tem de estar situado “fora do seu ambiente usual”.

resident entity in the country or place visited. These trips taken by visitors qualify as tourism trips. Tourism refers to the activity of visitors» (UN e WTO, 2010: 10).

Na sequência deste conceito, iremos encontrar o conceito de turista e o de excursionista, os quais sofreram diferentes alterações ao longo dos tempos. Inicialmente, os termos utilizados para identificar todos quantos se deslocavam eram: hóspede, viandante, viajante ou forasteiro (Cunha, 2007: 15). A partir dos finais do século XVII e com o aparecimento do «*Grand Tour*», viagem que os ingleses efetuavam à Europa como complemento de estudos, surge o termo «*tourists*» para identificar estes viajantes e o termo «*tourism*» para identificar a atividade. «*Alguns autores identificam o ano de 1760 como aquele em que a palavra tour aparece documentalmente mas é a partir da publicação, em 1838, das Mémoires d'un Touriste de Stendhal que se generaliza a expressão turista (touriste)*» (Cunha, 2007: 15).

Numa fase inicial o termo «turista» só era utilizado para as pessoas que se deslocavam por motivos lúdicos ou para melhorar os seus conhecimentos. Os restantes que se deslocavam por motivos de saúde, religiosos ou de negócios não estavam incluídos nesta definição.

Com o desenvolvimento das viagens, conforme já referimos anteriormente, estes conceitos foram sofrendo alterações, sendo hoje aceites as seguintes definições:

- a) Turista⁴ ou «*Overnight Visitor*» – «*A visitor (...) is classified as a tourist (or overnight visitor), if his/her trip includes an overnight stay*».
- b) Excursionista⁵ ou «*Same-day Visitor*» - «*A visitor (...) is classified as a same-day visitor (or excursionist) if his/her trip does not include an overnight stay*».

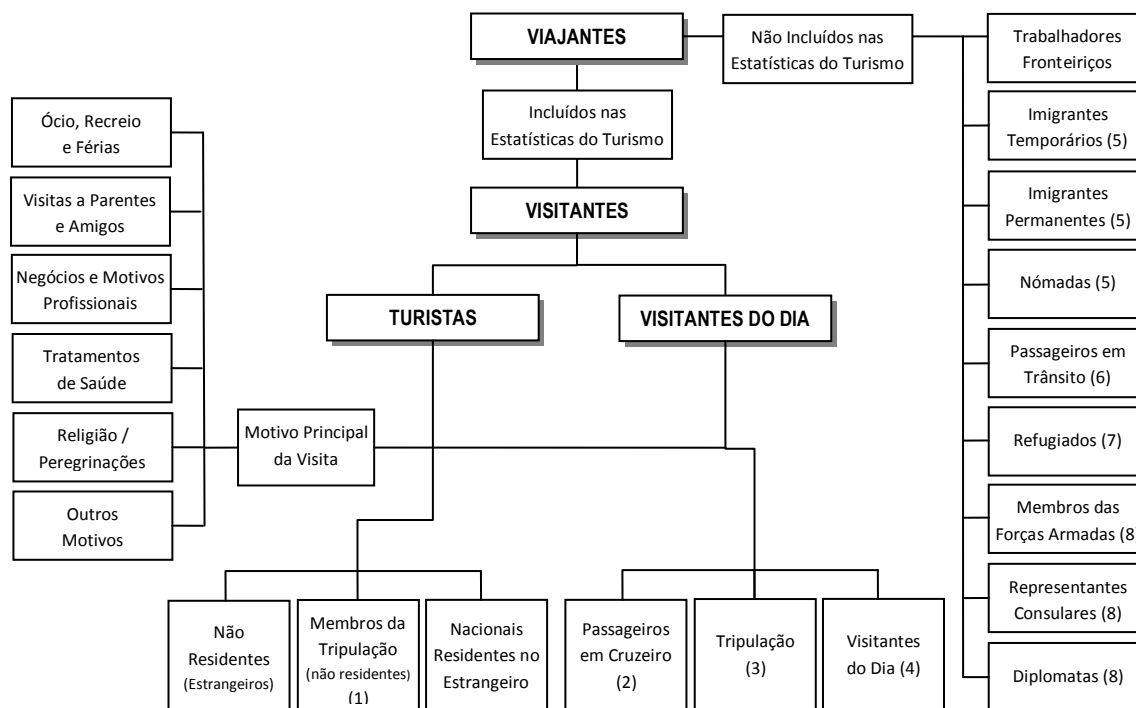
(UN e WTO, 2010: 10)

Apresentamos seguidamente um quadro que nos permite compreender com maior clarividência a classificação dos Visitantes, segundo a OMT:

⁴ Segundo o Dicionário de Língua Portuguesa, «*Turista: pessoa que viaja por recreio ou para se instruir*» (AAVV, 2011: 1602), o que vem de encontro à definição técnica embora sem as restantes especificações.

⁵ Comparando com a definição do Dicionário de Língua Portuguesa, a conclusão é idêntica às anteriores, isto é, no dicionário são apresentadas definições genéricas, que não contrariam as definições técnicas, mas que não apresentam as especificidades da terminologia técnica: «*Excursionista: pessoa que faz uma excursão*», sendo que «*Excursão: 1 passeio de estudo ou de recreio, 2 viagem recreativa de gruponte com um guia*» (AAVV, 2011: 691).

Figura 2 – Classificação dos Visitantes Internacionais



- 1 – Tripulação de barcos ou aviões estrangeiros em reparação ou que fazem escala no país e utilizam os meios de alojamento do país.
- 2 – Pessoas que chegam a um país a bordo de um cruzeiro que estão alojados a bordo, mesmo que desembarquem e façam visitas de um ou mais dias.
- 3 – Tripulação não residente no país visitado e que aí permanece durante o dia.
- 4 – Visitantes que chegam e saem no mesmo dia, cujo motivo da visita é um dos enumerados na figura acima.
- 5 – De acordo com a definição das Nações Unidas, 1980.
- 6 – Que não abandonam a área de trânsito do aeroporto/porto, incluindo os transferes entre aeroportos/portos.
- 7 – Segundo a definição do Alto-Comissário para os Refugiados, 1967.
- 8 – Quando se deslocam dos seus países de origem para outros países, em trabalho e inversamente (incluindo os empregados e todas as pessoas a seu cargo que acompanham o titular ou que se reúnem com ele).

Fonte: OMT (1998:50)

1.2.3 CLASSIFICAÇÕES E FORMAS DE TURISMO

Para um estudo mais sistematizado do turismo, optou-se por classificar o turismo de acordo com a origem dos visitantes. Para o estudo que estamos a efetuar, os visitantes enquadram-se no denominado «*inbound tourism*» ou «*Turismo Receptor, que abrange as viagens a um país por residentes noutra ou noutros países, independentemente da nacionalidade que possuem: inclui todas as visitas que os residentes no estrangeiro efectuem*» no país visitado (Cunha, 2007: 35).

De acordo com o tempo de permanência nesse país e na deslocação do visitante incluir um único destino ou mais do que um, essa viagem turística será classificada considerando o respetivo destino principal.

Nesta linha, outra questão emerge: como classificar o «*destino principal*»? Segundo as *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*:

- a) «*The **main destination** of a tourism trip is defined as the place visited that is **central** to the decision to take the trip.*
- b) *However, if no such place can be identified by the visitor, the **main destination** is defined as the place where he/she spent most of his/her time during the trip.*
- c) *Again, if no such place can be identified by the visitor, then **the main destination** is defined as the place that is the farthest from the place of usual residence».*

(UN e WTO, 2010: 13)

Pelo acima exposto constatamos que o destino principal está dependente de algumas circunstâncias. Que será sempre considerado como destino principal, o destino motivante e só quando não seja possível identificar qual o destino motivante, então serão considerados outros fatores como o local onde permaneceu mais tempo e em última instância, o mais distante da sua residência habitual.

É importante referir o que se entende por «*visita turística*», a qual só não é considerada como tal, quando o visitante passa por essa localidade sem parar: «*The term tourism visit refers to a stay in a place visited during a tourism trip. The stay does not need to be an overnight to qualify as a tourism visit. Nevertheless, the notion of stay supposes that there is a stop. Entering a geographical area without stopping there does not qualify as a visit to that area*» (UN e WTO, 2010: 13).

Quanto às classificações das viagens turísticas, estas dependem essencialmente de dois fatores, os motivos que levam as pessoas a viajar e as características de cada

destino. Os recursos de um determinado destino irão determinar a diversidade dos modelos de viagens turísticas desse destino, uma vez que esses atrativos serão os responsáveis pela motivação da visita.

Dada a diversidade das classificações das viagens turísticas, optámos por identificar aquela que se poderá enquadrar no âmbito do estudo que estamos a efetuar.

De acordo com as *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*, da UN e WTO, uma «viagem turística» só tem um motivo principal, embora o visitante possa efetuar outras atividades no destino turístico. Dentro da categoria dos motivos pessoais, isto é, todos à exceção dos classificados como negócios ou profissionais, as viagens turísticas poderão classificar-se em diferentes categorias, entre elas:

«Holiday, leisure and recreation – This category includes, for example, sightseeing, visiting natural or man-made sites, attending Sporting or cultural events, practicing a sport (skiing, riding, golfing, playing tennis, diving, surfing, hiking, trekking, mountain climbing, etc.) as non-professional activity; using beaches, Swimming pools and any recreation and entertainment facilities, cruising, gambling, attending summer camps for youngsters, resting, honey-mooning, fine dining, visiting establishments specialized in well-being (for example, wellness hotels), fitness except in the context of a medical treatment, staying in vacation home owned or leased by the household, etc.».

(UN e WTO, 2010: 25)

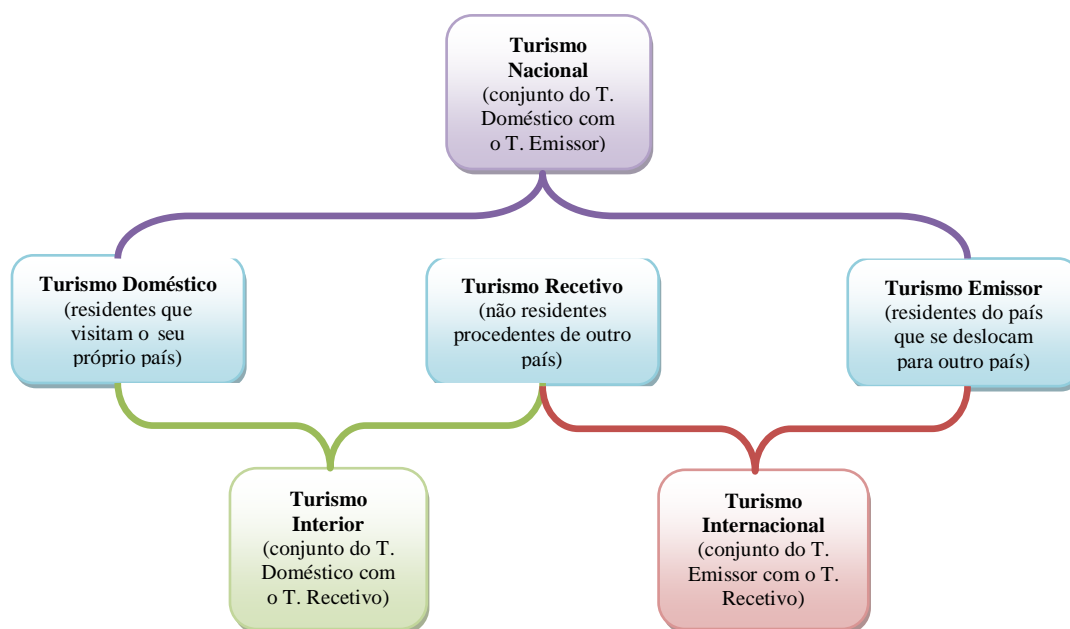
Fora dos motivos pessoais dos visitantes, as viagens turísticas poderão classificar-se como:

«Business and professional – This category includes the activities of the self-employed and employers as long as they do not correspond to an implicit or explicit employer-employee relationship with a resident producer in the country or place visited, those of investors, businessmen, etc. it also includes, for example, attending meetings, conferences or congresses, trade fairs and exhibitions, giving lectures, concerts, shows and plays; promoting, purchasing, selling or buying goods or services on behalf of non-resident producers (of the country or place visited), participating in foreign Government missions as diplomatic, military or international organization personnel, except when stationed on duty in the country visited; participating in non-governmental organization missions, participating in scientific or academic research; programming tourism travel, contracting accommodation and transport services, working as guides or other tourism professionals for non—resident agencies (of the country or place visited); participating in professional sports activities; attending formal or informal on-the-job training courses; being part of crews on a private mode of transport (corporate jet, yacht, etc.); etc.».

(UN e WTO, 2010: 25-26)

Podemos igualmente classificar o turismo em função do local de origem dos visitantes e o destino eleito, de acordo com a figura seguinte:

Figura 3 – Formas de Turismo



Fonte: Elaboração Própria a partir de OMT (1998: 51).

Considerámos conveniente uma última referência aos tipos de produto turístico por aglutinarem diferentes aspetos relacionados com as características dos locais visitados, dos meios de transporte utilizados, das atividades desenvolvidas no local visitado, dos tipos de acomodação escolhidos, entre outros. Em relação a este aspeto, não existem recomendações internacionais, por este tipo de terminologia ainda não estar suficientemente uniformizada na esfera internacional.

Como produto turístico referimo-nos, não ao conceito utilizado na vertente dos estudos económicos, mas ao conceito utilizado pelos profissionais de turismo aquando da promoção dos pacotes turísticos. Neste contexto, podemos enumerar como tipos de produtos turísticos, o turismo urbano, o turismo gastronómico, o turismo de inverno, o ecoturismo, o agroturismo, o turismo de saúde, o turismo sol-praia, turismo rural, etc. Ainda não existe uma recomendação internacional para a classificação destes produtos devido à falta de uniformização na sua caracterização (UN e WTO, 2010: 26).

1.2.4 PROCURA E OFERTA TURÍSTICA

Apesar do turismo ser essencialmente entendido como atividade económica, «*it also has a number of non-economic objectives and benefits ranging from social (e.g. educational and recreational activities) to environmental (e.g. conservation of natural resources) and cultural (e.g. sharing of cultural traditions and events) objectives*» (WTO, 2006: 87).

O turismo como fenómeno socioeconómico, compreende as «*activities and experiences of tourists and visitors away from their home environment which are serviced by travel and tourism industry and host destinations*» (WTO, 2006: 87).

Singularmente, o sistema turístico pode ser descrito «*in terms of the concepts of supply and demand. The planning of tourism should strive for a balance between demands (market) and supply (development). This requires understanding, not only of market characteristics and trends, but also the process of planning to meet these market needs*» (WTO, 2006: 88).

A procura turística de um país é basicamente estudada tendo em consideração as deslocações dos visitantes estrangeiros e dos visitantes residentes nesse país. A globalização tem vindo a aumentar os riscos do lado da procura turística: «*The potential visitor can choose between a variety of possible destinations. Liberalisation of the world tourism market means there are no longer any protected home or neighbouring markets*» (WTO, 2007d: 39).

Quanto aos fatores que influenciam a procura de um destino, entre outros, podemos citar, a distância, a acessibilidade, a disponibilidade de tempo e dinheiro, características da viagem e características socioculturais (motivações, necessidades), tendo sempre presente que o processo de globalização «*has created a situation in which the expectations of potential visitors with regard to the comfort of the facilities and the quality of services is the same for all destinations. At the same time holiday travellers increasingly insist on local attractions and experiences that are unique to and typical of the destination*» (WTO, 2007d: 39).

No que concerne a distância assume-se que o decréscimo da distância é fundamental na decisão de compra, partindo do princípio que as pessoas são consumidoras racionais e «*que procurarão a opção mais próxima, entre duas experiências semelhantes, a não ser que exista uma razão mais forte para ir mais longe*» (Mckercher e Lew, 2004: 62). Hoje, este efeito não é muito estudado embora

estudos anteriores tenham demonstrado que a procura diminui quando a distância aumenta, um dos motivos prende-se com o tempo que o turista pretende passar no destino, não querendo diminuí-lo devido a um maior tempo utilizado na viagem.

De acordo com Mckercher e Lew «*Em última análise pode defender-se que todos os fluxos turísticos são influenciados pelo tempo de que os turistas dispõem e pela forma como decidem passar esse tempo*» (2004: 65).

As características da viagem também têm influência, nomeadamente se é uma viagem de curta ou longa duração, se é a primeira vez que visitam esse destino, se o destino é de passagem ou é o destino principal, tudo isto influirá no comportamento desses turistas. Os de 1ª vez estarão mais interessados em explorar profundamente o local visitado enquanto os de passagem irão visitar o que julgam ser mais importante, pois o tempo é escasso, etc.

Na procura turística o alojamento representa uma importância relativa, sendo que os turistas dão maior relevância às motivações/necessidades e às atividades que podem desenvolver no destino.

Quando nos referimos à oferta turística de um determinado destino turístico, estamos a falar de um agregado de componentes, nomeadamente bens, serviços, recursos, atividades, etc. Podemos definir de uma forma lata oferta turística como: «*o conjunto de todas as facilidades, bens e serviços adquiridos ou utilizados pelos visitantes bem como todos aqueles que foram criados com o fim de satisfazer as suas necessidades e postos à sua disposição e ainda os elementos naturais e culturais que concorrem para sua deslocação*» (Cunha, 2007: 175).

Uma das características da oferta turística é a sua imobilidade. Ela não pode ser transportada para outro local, daí que caracteriza profundamente um destino, como força motriz da procura turística.

As atrações de um destino turístico são um dos fatores decisivos na competitividade desse destino: «*People travel for one or two reasons: either to escape the pressures of everyday life or to experience something new and different. It is for this reason that the attractions with which destinations are already blessed play a decisive role. They are indeed the raw materials of tourism – raw materials which are always location specific*» (WTO, 2007d: 42).

Considera-se que os principais componentes da oferta turística, tendo como base os recursos turísticos naturais ou criados pelo homem (clima, flora, fauna, paisagem, praias, montanhas, a arte, a história, os monumentos, etc.) são: «*Alojamento;*

Transporte; Compras e Outras Atividades (entretenimento, desporto, etc.)» (OMT, 1998:51-54).

O marketing desempenha um papel fundamental em todo este processo que não deve ser esquecido, assim como em cada destino turístico, a Hospitalidade e o Acolhimento – o espírito de bem receber, a amabilidade, a informação, as condições criadas para receber bem os visitantes – são indispensáveis e por vezes únicas em determinados destinos turísticos: «*It is attractions that determine willingness to pay on the demand side. [...] It is the visitors' willingness to pay that determines the value of a destination» (WTO, 2007d: 43).*

Por outro lado, o critério definidor da oferta turística é auferido através do estudo de tudo quanto os visitantes utilizam num determinado tempo e espaço específico, não como «*la simple suma de los productos turísticos que contiene, representa un todo integrado por estos productos, los servicios netamente turísticos y los no turísticos, la imagen general del destino, etc.» (OMT, 1998: 51-52).*

1.2.5 A MOTIVAÇÃO TURÍSTICA

Os motivos da viagem são sem sombra de dúvidas fundamentais em relação ao destino turístico: «*cuando las personas viajan es por algo, lo que implica la existencia de algún motivo o causa y lo que presupone alcanzar un fin determinado*» (OMT, 1998: 71).

Segundo Cooper *et al* (1993: 23) os fatores psicossociológicos são determinantes na procura turística. Estes subdividem-se em sociais, pessoais e culturais.

Os fatores sociais centram-se essencialmente na necessidade de evasão; os pessoais, nos desejos particulares de cada indivíduo; e os culturais, no desejo de melhorar o seu conhecimento e no «espírito de imitação» (Cunha, 2007: 149-150).

A motivação turística abarca um conjunto indeterminado de motivos que se prendem com a ação pessoal de cada visitante, é aquilo que o visitante procura ou que é levado a sentir ser desejável ou necessário para si, pelo que «*o nosso entendimento das motivações dos turistas é surpreendentemente limitado, devido à potencial importância das motivações no enquadramento adequado na concepção do produto e na sua comercialização*» (Prentice, 2004: 297). A área das motivações turísticas tem sido muito contestada, existem diferentes modelos e paradigmas. Os modelos fundamentam-se essencialmente na vertente psicológica, tratam dos indivíduos; os paradigmas são do foro sociológico e centram-se no estudo dos turistas como grupos. (OMT, 1998: 71-75). Não nos vamos alongar neste aspeto e tentaremos cingir-nos à motivação turística como o desejo ou a necessidade de, isto é, a fonte estimuladora da visita.

Essa fonte estimuladora da visita irá determinar o comportamento do turista, se é mais ou menos ativo na exploração do destino turístico. Estudos têm revelado que quem viaja unicamente por prazer, explora o destino de uma forma mais exaustiva que aquele que viaja por motivos terapêuticos, de negócios, etc., provavelmente porque este último não detém o tempo disponível do anterior (Prentice, 2004: 297-315).

O turismo é também encarado como a indústria dos sonhos, o sonho, o desejo é uma moeda de troca, as pessoas ao praticarem turismo pretendem realizar o seu sonho, alcançar o seu desejo.

Quadro 1 – Motivações Turísticas

MOTIVAÇÕES GERAIS PARA VIAJAR	
Educação e Cultura	<ul style="list-style-type: none"> • Observar como vivem e trabalham as pessoas de outros locais; • Visitar monumentos, cenários e peças de arte; • Para compreender melhor os acontecimentos atuais; • Para assistir a eventos especiais, culturais ou artísticos.
Recreação, Aventura e Prazer	<ul style="list-style-type: none"> • Fuga à rotina diária e às obrigações; • Visitar novos sítios, pessoas ou procurar novas experiências; • Para um tempo agradável; • Conseguir uma experiência aventureira ou romântica.
Saúde e Lazer	<ul style="list-style-type: none"> • Descansar e recuperar-se do trabalho ou <i>stress</i>; • Praticar desporto ou exercício
Família e Amigos	<ul style="list-style-type: none"> • Visitar locais de origem da família;~ • Visitar amigos e parentes; • Passar tempo com a família e com os filhos.
Snobismo	<ul style="list-style-type: none"> • Poder falar dos locais visitados; • Porque está na moda; • Para demonstrar que pode fazer turismo.

Fonte: Moutinho, 1987:17, *Cit. in* OMT, 1998:76.

Esta questão já foi enunciada anteriormente aquando da abordagem das Classificações e Formas de Turismo e na tentativa de a completarmos apresentamos a forma como a Eurostat (1998:51) classifica o motivo principal da viagem, isto é «*the purpose in the absence of which the trip would not have been made or the given destination would not have been visited*» (Eurostat, 1998: 7), subdividindo-o em seis diferentes fatores: «*Lazer, recreação e férias; Visitas a amigos e parentes; Negócios e motivos profissionais; Saúde; Religião e peregrinações; Outros*» (Eurostat, 1998: 7).

Ao compararmos as duas classificações verificamos de imediato uma diferença abismal. A primeira, apesar de intitular ao seu esquema «motivações gerais», não inclui um campo para os «outros», tornando-se uma classificação muito fechada e difícil de seguirmos nos dias de hoje, caracterizados por uma sociedade em constante mutação. Por outro lado, a primeira não inclui os «Negócios» e «Motivos Profissionais» nem a «Religião e Peregrinações», provavelmente por não os considerar motivos gerais, mas sim característicos de alguns visitantes. Em nossa opinião, a segunda é mais abrangente adequando-se por esse motivo e com maior facilidade à realidade atual.

As atividades dos visitantes no local de destino estão intimamente ligadas aos motivos das suas deslocações pelo que podem ser indicadores privilegiados no seu estudo.

Quadro 2 – Classificação das Atividades

CLASSIFICATION OF ACTIVITIES	
Classification	Coverage
Sport, physical activities	Non-professional active participation in all kinds of sport and outdoor and indoor activities, e.g. golf, tennis, skiing, skating, swimming, rowing, sailing, surfing, other water sports, jogging, cycling, walking, hiking, trekking, climbing, mountaineering, horse riding, pony trekking, fishing, angling, shooting, hunting.
Attending events (including sports), spectating and entertainment	Theatre, concerts, festivals, opera, ballet, circus, cinema, recreation parks, theme parks, amusement parks ballroom, discotheque, dancing, casinos, gambling, betting, other entertainment, sports events.
Education, heritage, nature	Education, studying (not connected to profession). Visiting museums, exhibitions, visiting historical sites and buildings, botanical and zoological gardens, nature reserves.
Health activities	Spas, fitness, thalassotherapy, health resorts, other treatments and cures.
Religious activities	Attending religious events, pilgrimages.
Sightseeing	Sightseeing by group trips, touring, cruising, landscape or cityscape by walking, cycling or by taking a drive.
Shopping	Visiting stores, shops, arcades in search of merchandise, or simply window-shopping
Meetings and conventions	Attending meetings, conferences, congresses, conventions, seminars, trade fair and exhibitions, incentive weekends.
Passive leisure	Relaxing, sunbathing, eating and drinking.

Fonte: Eurostat (1998:59)

As motivações e as necessidades dos visitantes estão em constante mutação, qualquer destino turístico deve possuir mecanismos que identifiquem as potenciais alterações para que possam adaptar-se e adequar o seu produto à nova procura. No presente estudo, tentaremos verificar se a oferta do TER na Madeira se encontra adequada à Procura.

1.2.6 A PROMOÇÃO TURÍSTICA

A promoção de um destino turístico ocorre dentro de uma variedade de esferas, atualmente, através de anúncios, *websites*, brochuras, jornalistas de viagens, agências especializadas na área do marketing, através dos *media*, de publicações específicas de determinadas áreas, nomeadamente do desporto, da cultura, das artes, das televisões, entre outras.

O papel da promoção no turismo é muito valioso e sublinha a interação da oferta com a procura turística. No cerne deste critério Cunha defende que «*a promoção de lugares apresenta o mundo como uma imagem, convidando o espectador a tornar-se num viajante imaginário para um lugar imaginado*» (2007: 175).

Os textos utilizados na promoção de lugares são considerados textos culturais, por transmitirem «*representações de conhecimentos etnográficos e de lugares de produção cultural – o culminar tanto da interacção social como das experiências individuais*» (Morgan, 2004: 205).

Nos finais do século XVIII, a ilha da Madeira começou a ser ponto de escala privilegiado para o viajante inglês, que posteriormente publicava as suas impressões de viagem quando chegava à pátria, algumas acompanhadas de belíssimas ilustrações. O século XIX presenciou ainda, um outro tipo de visitantes, os que procuraram uma solução para os seus problemas de saúde, movidos pela celebridade das qualidades terapêuticas do clima madeirense. Esta afluência originou inúmeros testemunhos e guias para inválidos, onde as informações sobre a Ilha se sucediam, com carácter de aconselhamento para uma permanência ideal.

Segundo Walter Minchinton a literatura de viagens na promoção da Madeira como destino turístico foi uma peça elementar: «*to inform tourists, a literature developed. Brown's Madeira, Canary Islands and Azores, first published in 1883, ran through many editions before it ceased publication in 1932. It was specifically designed for the «stop-over» visitors travelling on the Union-Castle liners*⁶» (1990: 518).

Hoje, a promoção de destinos turísticos pode ser encarada como uma atividade do marketing. No seu conceito ideológico o marketing «*es el artífice de la sociedad de consumo que incita y manipula al comprador*» (OMT, 1998:285). Segundo esta afirmação o marketing é capaz de forçar o consumidor a comprar o produto proposto.

⁶ As companhias de navegação *Union* e *Castle* eram inglesas.

Este conceito está associado a outros dois, o de ação, onde estão englobados os meios para atingir as vendas, em especial a publicidade e a promoção, e o de análise, onde se incluem os estudos de mercado para conhecer e alterar a procura.

Segundo a definição de Philip Kotler (1988), o marketing é «*el análisis, organización, planificación y control de los recursos, políticas y actividades de la empresa que oferta al cliente, con vistas a satisfacer necesidades y deseos de los grupos escogidos de clientes, obteniendo con ello un beneficio*» (Cit. in OMT, 1998: 286). Apesar de nesta definição estar implícita a satisfação de clientes em mercados segmentados, o turismo é uma indústria de serviços com características muito próprias, onde o produto turístico per si é uma combinação de diferentes bens e serviços tangíveis e intangíveis que carece de ferramentas específicas, pelo que o recurso ao marketing turístico, considerado como uma categoria particular dentro do marketing de serviços, é a estratégia adotada neste sector.

Por outro lado, sendo a promoção uma das quatro categorias básicas do “*market mix*”, é essencialmente encarada como uma forma de «*communication with the goal of changing the behavior of the consumer, specifically to purchase a tourism product*» (WTO, 1997: 170). Para atingir os objetivos delineados, a promoção turística recorre a diversos tipos de ferramentas, desde anúncios, vendas diretas, promoção de vendas e publicidade.

Neste âmbito ressaltamos a importância das convenções e sobretudo das feiras de turismo que ocorrem anualmente em diferentes locais do mundo. Internacionalmente, as duas maiores feiras de turismo são a ITB Berlin e a WTM (World Travel Market) em Londres. Para além destas, merecem referência a FITUR (Feira Internacional de Turismo), em Espanha, a JATA (Japan Association of Travel Agents), no Japão e a BTL (Feira Internacional de Turismo) em Lisboa. São consideradas como espaços privilegiados para o encontro dos profissionais de turismo, onde novos contactos e negócios promissores são vivamente facilitados entre «compradores» e «vendedores».

De acordo com o programa do XI Governo Regional da RAM é a Secretaria Regional da Cultura, Turismo e Transportes que assume atribuições nas áreas da Cultura e do Turismo. Integrada nesta Secretaria encontra-se a Direção Regional de Turismo (DRT), cuja missão é «*o estudo, a coordenação, a promoção, a execução e a fiscalização turísticas no âmbito da política governamental definida para o sector turístico, tendo por objetivo o desenvolvimento sustentado e equilibrado da atividade turística na Região Autónoma da Madeira*» (DRT, 22-VI-2012).

Entre as diferentes atribuições desta Direção Regional, na área da promoção⁷, relevamos as seguintes:

- «a)-Contribuir para a definição do planeamento estratégico do sector turístico regional e suas prioridades;*
- b)-Qualificar e promover a competitividade da oferta turística regional;*
- c)-Promover a definição da imagem e da estratégia promocional do destino turístico Madeira e proceder à sua implementação através dos seus serviços ou em parceria com entidades vocacionadas para o efeito;*
- d)-Coordenar a execução dos planos e programas de ação respeitantes ao turismo da Região Autónoma da Madeira promovendo a sua contínua avaliação e apoiando as ações de promoção e animação desencadeadas no âmbito da oferta turística regional;*
- e)-Assegurar a representação do destino turístico junto das entidades oficiais e privadas ligadas ao turismo, bem como participar em organismos e manifestações nacionais e internacionais no mesmo âmbito».*

(DRT, 22-VI-2012)

No seguimento do enunciado na alínea c), referida anteriormente, em agosto de 2004, a DRT estabeleceu uma parceria com a ACIF (Associação Comercial e Industrial do Funchal), tendo sido criada a AP Madeira (Associação de Promoção da Região Autónoma da Madeira), entidade dedicada unicamente à promoção do destino Madeira.

Esta associação sem fins lucrativos tem como objeto: *«promover e divulgar a Madeira no exterior como destino turístico, junto dos profissionais do setor e do consumidor final, incidindo particularmente na promoção e captação do negócio e abrindo portas a novos mercados e a fluxos turísticos diferenciados»* (AP Madeira, 22-VI-2012). No seu núcleo de associados contam-se hotéis, agências de viagens, rent-a-car, organismos oficiais, empresas de animação e alguns estabelecimentos TER.

Nas suas áreas de intervenção destacam-se:

- «-Aquisição e negociação de novos voos com companhias aéreas dos principais mercados estratégicos;*
- Apoio a projetos e ações de operadores turísticos e associados;*

⁷ A Autoridade Turística Nacional é o «Turismo de Portugal, I.P.». A abreviatura «I.P.» incluída na denominação desta organização significa «Instituto Público». Efetivamente este organismo é um Instituto Público integrado no Ministério da Economia e da Inovação, responsável pela promoção, valorização e sustentabilidade da atividade turística nacional. No entanto as Direções Regionais de Turismo das Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira são responsáveis pela sua «política regional do turismo», tendo de assegurar a colaboração e representação da sua Região nos eventos em que o «Turismo de Portugal, I.P.» decida participar.

*-Desenvolvimento de um plano estratégico de promoção do destino, que passa por campanhas de publicidade em vários suportes comunicacionais e na realização de inúmeras publi-reportagens nos principais meios de comunicação da Europa, realização de press trips e fam trips;
-Apoio a eventos, congressos e incentivos».*

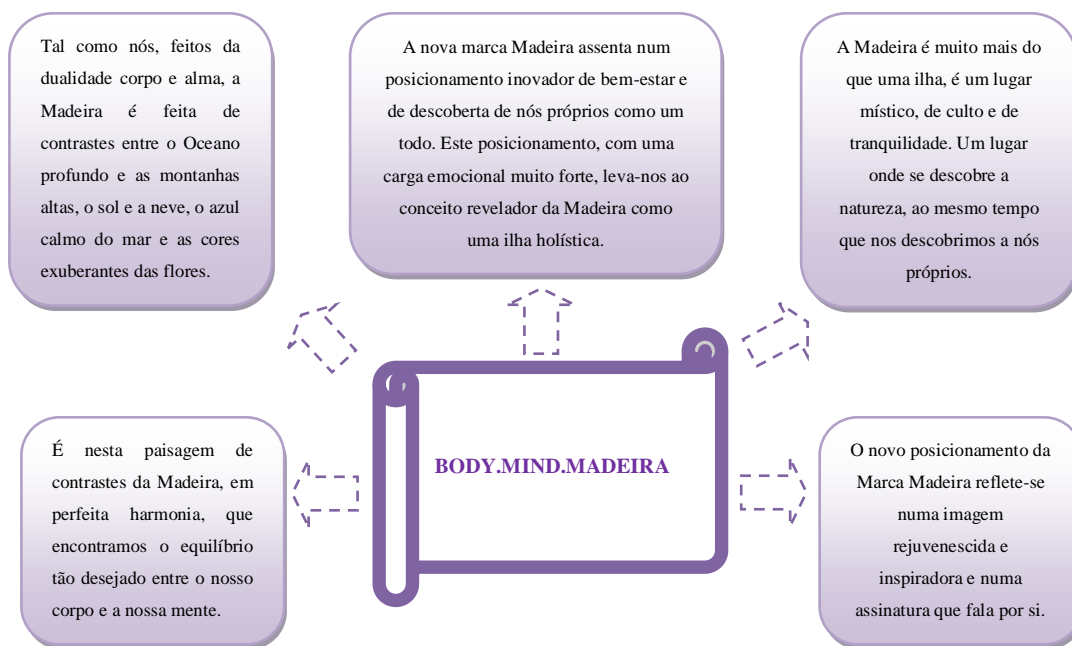
(AP Madeira, 22-VI-2012)

Em qualquer região turística o desenvolvimento de um plano estratégico de promoção do destino é essencial para assegurar que os esforços desenvolvidos atinjam os objetivos delineados. Quando pensamos na Madeira e sobretudo, no TER, o eco desta ação é duplamente superior.

Segundo Cravidão e Marujo «a forma como a imagem de um lugar é veiculada pelos meios de comunicação pode ser fundamental para o processo de decisão do turista na visita a um país ou região. Por isso, no campo da promoção turística, os lugares são apresentados cada vez mais aos potenciais visitantes como um destino que apela a diferentes olhares» (Cravidão e Marujo, 2012: 282).

Para a promoção regional do destino Madeira foi criada a «Marca Madeira», intitulada «BODY.MIND.MADEIRA», cujo *slogan*, desde logo, «apela a diferentes olhares».

Figura 4 – Marca Madeira (BODY.MIND.MADEIRA)



Fonte: Elaboração Própria a partir de AP Madeira, 2012: <http://www.madeirapromotionbureau.com>.

A ação promocional da AP Madeira tem incidido essencialmente em «Campanhas, Material Promocional e Publicação de Artigos», de acordo com o quadro seguinte.

Quadro 3 – Ação Promocional da AP Madeira

AÇÃO PROMOCIONAL DA AP MADEIRA		
Campanhas	TV	Vídeo Promocional
	Imprensa	Brochuras específicas para os mercados: Alemanha, Áustria, Espanha, França, Holanda, Irlanda, Noruega, Reino Unido, Suécia e Suíça
	Exterior	Decoração Elétricos de Viena, Ecrã Gigante na Opera de Viena, Painéis no Metro de Londres, Placas em Táxis no Reino Unido, Posters e Postais nas Farmácias Alemãs, etc.
	Parcerias	Sobretudo com Operadores dos mercados: Alemanha, Áustria, Bélgica, Dinamarca, Emirados Árabes Unidos, Espanha, França, Holanda, Itália, Noruega, Portugal, Reino Unido e Suíça
	Internet	Com os mercados: Alemanha, Dinamarca, Espanha, Finlândia, França e Holanda
Material Promocional	Filme	Canal do YouTube da APM
	Brochuras	Dedicadas a: Quintas, Spa, Golfe, Mice, Natureza/Turismo Ativo, Porto Santo, Madeira, “ <i>Discover its nature</i> ”
	Stands/Feiras	Alemanha, França, Espanha, Finlândia, Reino Unido, Suíça
	Merchandising	Kit para gel e champô Caixa de incenso e chá com aromas da Madeira
Artigos Publicados	Diferentes países	Alemanha, Áustria, Bélgica, Dinamarca, Espanha, Finlândia, França, Holanda, Irlanda, Itália, Luxemburgo, Noruega, Reino Unido, Suécia e Suíça

Fonte: Elaboração Própria a partir de AP Madeira, 2013: <http://www.madeirapromotionbureau.com>.

Embora seja possível consultar na página Web da AP Madeira todo o material referenciado no quadro anterior, optámos por apresentar alguns exemplos para que seja mais perceptível ao leitor a ação dinamizada por esta agência de promoção. Note-se que na promoção efetuada pelos organismos públicos ao destino Madeira, cuja intenção deveria ser sobretudo suscitar «*no ser humano o desejo de experienciar, de sentir e conhecer as distintas culturas do lugar, ou seja, despertam nele o consumo pelas singularidades alheias*» (Cravidão e Marujo, 2012: 282), o turismo em espaço rural não

figura em nenhum dos materiais promocionais, nem mesmo nos *dossiers* de imprensa que poderão ser consultados na página *Web* da AP Madeira⁸.

Neste momento a promoção do turismo rural na Madeira está a ser efetuada por uma associação local, a «Associação Madeira Rural», da qual nos ocuparemos no capítulo quatro do presente estudo.

Figura 5 – Campanha no Exterior - Decoração Eléctricos de Viena (Áustria)



Fonte: AP Madeira, <http://www.madeirapromotionbureau.com>, [08-XII.2013].

Figura 6 - Campanha no Exterior - Ecrã Gigante na Ópera de Viena (Áustria)



Fonte: AP Madeira, <http://www.madeirapromotionbureau.com>, [08-XII.2013].

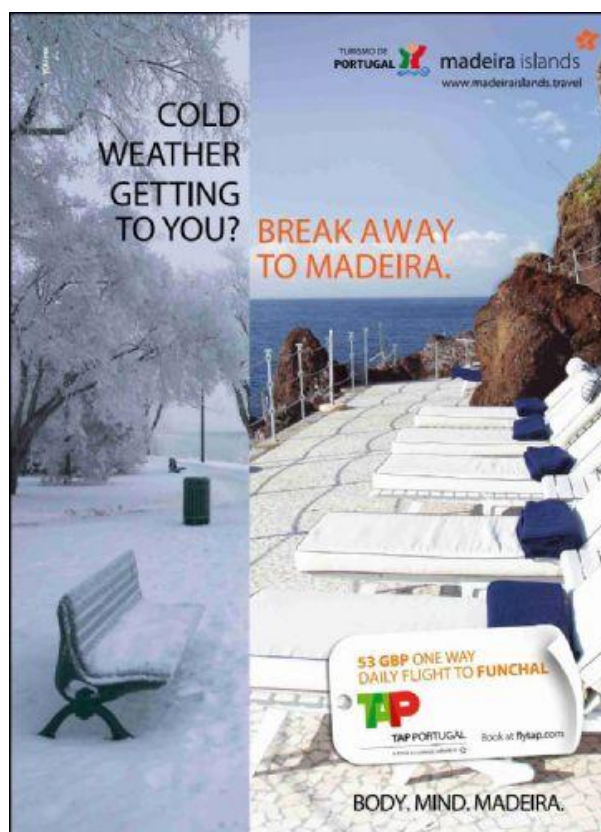
⁸ Para mais informação consulte-se o endereço: <http://www.madeirapromotionbureau.com>.

Figura 7 - Campanha no Exterior - Lona CR9 - Plaza Castilla (Espanha)



Fonte: AP Madeira, <http://www.madeirapromotionbureau.com>, [08-XII.2013].

Figura 8 - Campanha no Exterior - Painéis (1.100) - Metro de Londres (Reino Unido)



Fonte: AP Madeira, <http://www.madeirapromotionbureau.com>, [08-XII.2013].

Figura 9 - Campanha na Internet - Madeira Tan Bella Como Siempre - www.rumbo.es (Espanha)



Fonte: AP Madeira, <http://www.madeirapromotionbureau.com>, [08-XII.2013].

Figura 10 - Logótipo da Madeira



Fonte: AP Madeira, <http://www.madeirapromotionbureau.com>, [08-XII.2013].

Figura 11 – Material Promocional - Merchandising - Kit para Gel e Champô



Fonte: AP Madeira, <http://www.madeirapromotionbureau.com>, [08-XII.2013].

Figura 12 - Material Promocional – Merchandising - Caixa de Incenso e Chá com Aromas da Madeira



Fonte: AP Madeira, <http://www.madeirapromotionbureau.com>, [08-XII.2013].

Figura 13 – Artigos Publicados - Diario de Avisos (Espanha)

20 **ECONOMÍA** Diario Avisos
Lunes, 29 de julio de 2013



Una de las tradicionales Palheiro que se conservan en Santana. / CA



Caminar junto a las Alevadas es una de las actividades propias. / CA

Madeira, el jardín del Atlántico

Binter Canarias une el archipiélago a **Tenerife y Gran Canaria** con una media de siete vuelos semanales desde

Juan J. Gutiérrez
Santa Cruz de Tenerife

DE INTERÉS

Tan lejos y a la vez tan cerca

■ A menos de 400 kilómetros de Tenerife (Binter Canarias ofrece dos vuelos lunes y

conocidas son la del Rabacal, las 25 Fuentes, las Queimadas hasta el Galdeirós Verde, el de Ribeiro Frio a Portela o la de dos Balcois. Otros discurren por la costa como la de Punta de San Lorenzo o el camino de la Costa de San Jorge, o se adentran en las cumbres de la isla como el de Pico do Areeiro hasta Pico Ruivo. Recorrer los

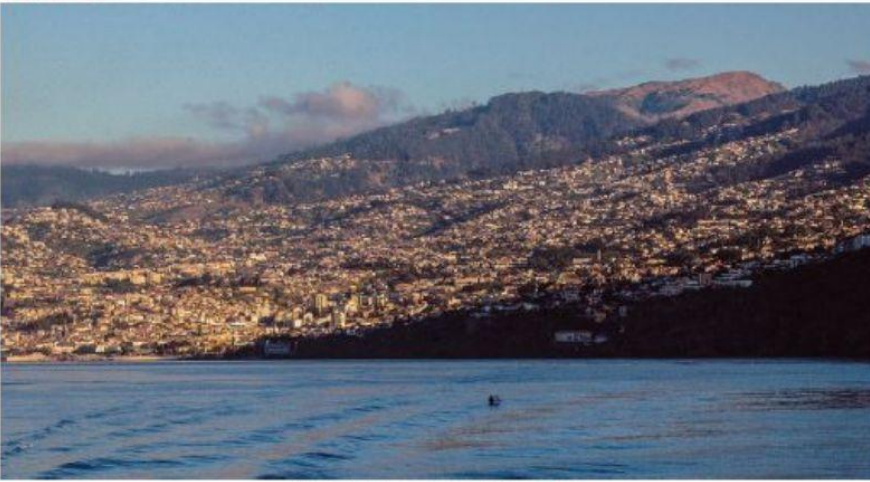


El descanso de carros de Monte a Funchal se realiza desde 1830. / CA

Fonte: AP Madeira, <http://www.madeirapromotionbureau.com>, [08-XII.2013].

Figura 14 - Artigos Publicados - La Provincia (Espanha)

TURISMO



Vista de Funchal desde el barco con destino a Porto Santo. © J.A.R.M.

Madeira, un vergel en el Atlántico

La isla se presenta como un oasis en medio del océano, a tan solo 416 kilómetros del Archipiélago canario y que cada año atrae a más de 1,5 millones de turistas. Binter ofrece vuelos diarios al destino durante los meses de verano

Fonte: AP Madeira, <http://www.madeirapromotionbureau.com>, [08-XII.2013].

1.2.7 CONCEITO DE TURISMO EM ESPAÇO RURAL

O turismo em espaço rural continua a ser difícil de definir, apesar de estarmos conscientes que os primeiros fluxos turísticos tiveram origem nos centros populacionais mais desenvolvidos, sendo a principal motivação dos seus residentes a descoberta de locais mais tranquilos e menos desenvolvidos. Segundo Graça Joaquim:

«O turismo em espaço rural recobre um conjunto diversificado de actividades turísticas, apresentando profundos contrastes no interior dos países europeus, o que se relaciona, por um lado, com os diferentes conceitos de rural e, por outro, com as várias formas que o TER assume. O traço comum, no âmbito de situações tão contrastadas, é o espaço rural. O pioneirismo da França remonta a 1971, ano em que constituiu a primeira associação do género, exactamente “Tourisme en Espace Rural” [...]. Seguida em 1972, pela publicação do já célebre “Manifeste du Tourisme en Espace Rural” que o preconiza como um instrumento de reanimação dos campos na óptica de complementaridade entre a agricultura, o turismo e o artesanato, sublinhando que não deve contribuir para a colonização dos campos. Já este primeiro Manifesto sublinha, no plano ecológico, a necessidade de contribuir para a protecção do meio ambiente e para a conservação do património histórico, arquitectónico e cultural. Um outro aspecto pioneiro e significativo neste Manifesto é a utilização da expressão “vacances vertes”, que devem promover a cooperação de base local, a animação assente na autenticidade rural e a comercialização de produtos específicos sujeitos a uma imagem de marca. Estavam traçadas as grandes linhas inspiradoras do turismo em espaço rural europeu, cuja filosofia, pese embora as diferenças, se inspirou no modelo francês, bem expresso nos objectivos do Manifesto analisado».

(Joaquim, 1994: 76-77)

No ano 2000, nas «I Jornadas sobre Turismo, Património e Ambiente», ocorridas em Silves, conclui-se o seguinte:

«O Turismo em Espaço Rural caracteriza-se pelo acolhimento familiar e permite um contacto mais directo com a natureza, com as populações, com os hábitos, usos e costumes das comunidades rurais. Ao serviço personalizado alia-se o imenso contacto com a diversidade do património cultural e natural, o usufruir da paz e tranquilidade, hoje tão desejadas pela população urbana, a possibilidade de contactar artesãos e produtores e adquirir produtos genuínos ou saborear a gastronomia. Sendo este subsector da actividade turística, uma realidade bem enraizada, praticamente em todos os Países europeus, infelizmente, apenas há poucos anos, começou a despontar em Portugal».

(AAVV, 2000: 65)

Segundo alguns autores, as mudanças económicas, culturais e ambientais operadas na sociedade ocidental, ao longo dos tempos, provocaram a aproximação entre os territórios urbanos e os rurais:

«O quadro rural que durante séculos dominou na Europa, transforma-se por via da Revolução Industrial em outra sociedade onde a industrialização se alia à urbanização, onde formas de mobilidade instaladas há muito dão lugar a outros modos de “percorrer” o espaço; onde novos conceitos de tempo livre e lazer emergem e se diversificam. Ao mesmo tempo que se instalam outras tipologias de comportamentos demográficos, sociais e culturais, novas atenções sobre o ambiente vão emergindo. É neste contexto que as territorialidades urbanas se entrelaçam progressivamente com o mundo rural; que o rural, nem sempre em harmonia, se terciariza».

(Cravidão e Fernandes, 2004: 417).

Na sociedade pós-modernista a «*ideologia de retorno à natureza*», acompanhada por uma mudança de valores «*que começa por conquistar adeptos entre as classes média e alta, sobretudo dos países mais desenvolvidos*» originou «*um outro modo de “olhar” o rural*» (Cravidão e Fernandes, 2004: 419).

De acordo com o estudo elaborado por Luís Silva:

«[...] assiste-se em Portugal e em outros países europeus a um processo de criação de novas valências e serviços que perspectivam a terciarização do mundo rural, que passa pela reconversão turística, pela rentabilização do património natural e edificado e pela valorização dos produtos locais, da gastronomia e do artesanato, daí resultando um processo geral de patrimonialização do mundo rural, onde se incluem a arquitectura popular, o saber-fazer, as paisagens, os produtos locais e as festas tradicionais».

(Silva, 2006: 303-304)

Ao analisarmos os estudos efetuados em Portugal Continental sobre o TER, é necessário termos algum cuidado ao compará-los com a realidade do TER na Madeira, uma vez que estamos a partir de realidades geográficas muito diferentes. Na Madeira a dicotomia rural/urbano nunca foi tão acentuada como em Portugal Continental, provavelmente porque a Madeira é uma ilha, totalmente rodeada por mar, com uma dimensão territorial completamente diferente da de Portugal. Desde meados do século XIX, que devido ao turismo, a Madeira começou a explorar os produtos locais, em especial o artesanato e a gastronomia com o intuito de vendê-los aos turistas.

O início do turismo na Madeira pautou-se por princípios muito semelhantes aos que lemos nos estudos relativos ao desenvolvimento do TER em Portugal Continental.

A Ilha, inicialmente procurada como estância terapêutica, cedo começou a motivar outro tipo de fluxos turísticos.

Ao analisar a opinião de Michael C. Grabham podemos considerar que para os ingleses, em 1870, a Madeira já não era unicamente a estância de saúde e que a procura turística cada vez mais alargava os seus horizontes. Este parecer foi corroborado pelo testemunho de outro visitante em 1881:

«It may be interesting to state, that whilst Madeira is still much used as a resort for consumptive patients, it is being more and more used and appreciated as a quiet resting-place for persons out of health generally, harassed business men requiring a change, etc. It possesses immense advantages for such, not only in its agreeable climate and its scenic beauty, but also in the excellent accommodation provided, and in the facility and variety of modes of approach and departure».

(Rendell, 1881: 9)

De acordo com Rendell, no final do século XIX as motivações para visitar a Madeira eram diversas, salientando-se entre elas a necessidade de mudança de rotina, de fuga ao *stress*, de descanso, enfim de puro lazer.

Ellen Taylor, partilhava idêntica opinião: *«For those who are not invalids, but are simply requiring rest of mind or body, Madeira affords great attractions, the botanist and geologist finding much to interest and occupy them»* (1882: xi-xii).

No final do século XIX a procura pelos alojamentos em áreas menos desenvolvidas intensificou-se. Ellen Taylor elucidou-nos sobre as *«Country Inns»*, para os *«travellers designing even the most hurried excursions of a few days in the north parts of the Island»* (1889:17):

Country Inns: Hotel em Santana, proprietário Sr. Acciaioli; Hotel em Santa Cruz, propriedade do Senhor Gonçalves; Casa em S. Vicente, propriedade do Sr. Diniz; no Seixal, uma família portuguesa, D. Maria Adelaide de Freitas, alugava alguns quartos, bem mobilados, incluindo a refeição; em Boaventura, uma casa, só alojamento, proprietário Sr. Manuel de França Carvalho; no Rabaçal, existia uma casa do governo, para a qual os turistas teriam de pedir autorização às entidades governamentais. (Taylor, 1889:18-19). Para além destas hipóteses continuavam a subsistir as *«Furnished Houses»*, tanto no Funchal como no espaço rural.

Esta breve incursão aos inícios do turismo na Madeira pretende elucidar o leitor sobre uma realidade assaz interessante: a Ilha, mesmo em tempos remotos, quando não

existiam definições de turismo em espaço rural, já oferecia condições para receber visitantes com perfis paralelos.

Perante a dificuldade de definir o conceito, optámos por nos guiarmos pelo esclarecimento da OMT: «*The concept of rural tourism embraces a number of constituent elements, at the heart of which lie the rural tourism community. Rural tourism is dependent on the countryside which an area has to offer, its heritage and culture, rural activities and rural life*» (OMT, 2004a: 13).

Figura 15 - O Conceito de Turismo Rural (OMT)



Fonte: WTO, 2004a: 13.

O produto turístico TER em Portugal encontra as suas origens legais mais remotas, em 1978, no Regulamento dos Meios complementares de Alojamento Turístico, no capítulo denominado «*Dos Alojamentos Particulares*», sendo proposto a elaboração de um registo, voluntário, «*dos alojamentos particulares susceptíveis de serem utilizados pelos turistas, designadamente dos quartos particulares, moradias e apartamentos*». Esse registo tinha como objetivo a elaboração de um inventário e a sua posterior divulgação no mercado turístico. A inclusão no mencionado registo de qualquer destes alojamentos particulares pressuponha vistorias para confirmação da

respetiva «*adequação para o alojamento de turistas*» (Decreto Regulamentar n.º 14/78, de 12 de maio)⁹.

Na realidade este diploma legal não especifica quaisquer características destes alojamentos particulares, nem o espaço da respetiva localização. Por outro lado temos conhecimento que foi com base neste artigo que se iniciou o intitulado «*Turismo de Habitação*».

Passados cinco anos, o Decreto-Lei n.º 423/83¹⁰, refere pela primeira vez o termo «*casas afectas ao turismo de habitação*», ao determinar que a utilidade turística pode ser atribuída a esse tipo de empreendimentos, embora até à data ainda não se tivesse definido, em termos legais, as respetivas características.

Embora o termo tenha ganho consagração legal em 1983, só um ano mais tarde foi clarificado o seu conceito, embora ainda considerado como uma atividade turística de natureza experimental em Portugal. Efetivamente, a primeira definição legal, em Portugal, da denominação de «turismo de habitação» foi a seguinte: «*designa uma modalidade especial de actividade turística que consiste na exploração de quartos existentes em casas, isoladas ou inseridas em núcleos habitacionais, que sirvam simultaneamente de residência aos respectivos donos e que obedeçam aos requisitos mínimos [...]*» (Decreto-Lei n.º 251/84, de 25 de julho)¹¹.

Como requisitos mínimos, foram lançadas duas modalidades: o Tipo A e o Tipo B. Estes tipos eram concedidos consoante as características dos edifícios, tendo em consideração a sua decoração e os equipamentos complementares.

A modalidade de Tipo A era conferida às edificações de tipo solar, casas apalaçadas ou moradias unifamiliares, de grandes dimensões e sempre que demonstrassem possuir valor arquitetónico, decoração, mobiliário e instalações sanitárias de qualidade.

A modalidade de Tipo B era atribuída às edificações localizadas no meio rural que apresentassem características rústicas ou regionais e cuja decoração e mobiliário se adequassem à respetiva natureza.

⁹ Decreto Regulamentar n.º 14/78, de 12 de Maio, do Ministério do Comércio e Turismo – Secretaria de Estado do Turismo (Diário da República I Série – Número 109, de 12 de Maio de 1978).

¹⁰ Decreto-Lei n.º 423/83, de 5 de Dezembro, da Presidência do Conselho de Ministros e Ministérios das Finanças e do Plano e do Comércio e Turismo (Diário da República I Série – Número 279, de 5 de Dezembro de 1983).

¹¹ Decreto-Lei n.º 251/84, de 25 de Julho, da Presidência do Conselho de Ministros e Ministério do Comércio e Turismo (Diário da República I Série – Número 171, de 25 de Julho de 1984).

Para qualquer das modalidades existia ainda a possibilidade de receberem uma qualificação de referência «*de nível superior*», de acordo com as particularidades apresentadas.

Pelo exposto podemos concluir que em Portugal, a partir de 1984, o conceito do turismo em espaço rural começou a esboçar-se em termos legais, com realce para o facto de que o conceito emergente extravasava a mera questão do alojamento turístico, uma vez que deveria integrar «*serviços de interesse turístico nos domínios da animação, do artesanato, da cultura e até do desporto e recreio dos turistas*» (Decreto-Lei n.º 251/84, de 25 de julho)¹². O mesmo diploma refere ainda que deveria ser concedida prioridade à recuperação de casas antigas e de reconhecido valor arquitetónico e que o número de quartos para hóspedes, em cada empreendimento, não deveria exceder «*as 10 unidades no edifício principal*».

Esta medida vem de encontro à necessidade de oferecer ao turista algo de genuíno, para além de um serviço personalizado e um maior contacto com o dono da casa que teria de residir nesse núcleo habitacional, desenhando-se assim um padrão de crescimento sustentável, onde as características sociais, culturais e ambientais do espaço se encontrassem em iminente interligação.

As experiências anteriores confirmaram a relevante importância deste tipo de turismo para Portugal, e em 1986, na sequência do Plano Nacional de Turismo e das primeiras orientações para uma política comunitária do turismo emanadas pela Comissão das Comunidades Europeias¹³, um novo diploma legal visou criar as condições necessárias para o correto desenvolvimento das diferentes modalidades de turismo em espaço rural.

Nesta nova fase partiu-se do princípio que o turismo em espaço rural deveria revestir uma natureza familiar, pelo que as casas em questão seriam simultaneamente residência dos seus proprietários, podendo subdividir-se em três modalidades: turismo de habitação, turismo rural ou agroturismo.

O turismo de habitação definia-se «*pelo aproveitamento de casas antigas, solares, casas apalaçadas ou residências de reconhecido valor arquitectónico, com dimensões adequadas, mobiliário e decoração de qualidade*» (Decreto-Lei n.º 256/86, de 27 de

¹² Decreto-Lei n.º 251/84, de 25 de Julho, da Presidência do Conselho de Ministros e Ministério do Comércio e Turismo (Diário da República I Série – Número 171, de 25 de Julho de 1984).

¹³ Estas orientações foram acolhidas favoravelmente através de uma resolução do Conselho de 10 de abril de 1984.

agosto)¹⁴, enquanto o turismo rural ocorreria em «*casa rústica com características próprias do meio rural em que se insere, situando-se em aglomerado populacional ou não longe dele*». Quanto ao agroturismo as casas de habitação ou os seus complementos deveriam estar integrados numa exploração agrícola, «*caracterizando-se por algum modo de participação dos turistas nos trabalhos da própria exploração ou em formas de animação complementares*».

Esta situação legal manteve-se por 11 anos sem qualquer alteração. Devido ao crescimento dos diferentes empreendimentos e às características que os mesmos foram desenvolvendo verificou-se a necessidade de regulamentar novamente o turismo em espaço rural.

Nesta fase foi concedida uma maior relevância à preservação e recuperação do património, ao contacto entre os visitantes e as populações residentes e à revitalização e desenvolvimento do tecido económico rural, na tentativa de fixar a população ao meio rural. Foram criadas novas modalidades: o turismo de aldeia, as casas de campo e os hotéis rurais. Consideraram-se igualmente parte integrante do turismo em espaço rural, os parques de campismo rurais e todas as atividades de animação ou diversão cuja finalidade fosse a ocupação dos tempos livres dos turistas, desde que as mesmas contribuíssem para a divulgação do património natural, paisagístico e cultural do meio em que se inseriam.

Relativamente ao agroturismo o novo diploma legal vinculou uma participação efetiva dos turistas nos trabalhos desenvolvidos na respetiva exploração (Decreto-Lei n.º 169/97, de 4 de julho)¹⁵.

Como turismo de aldeia considerou-se «*o serviço de hospedagem prestado num empreendimento composto por um conjunto de, no mínimo, cinco casas particulares situadas numa aldeia e exploradas de forma integrada*» (Decreto-Lei n.º 169/97, de 4 de julho). Estas poderiam ser ou não utilizadas como habitação própria dos seus proprietários. Classificaram-se por casas de campo, as casas particulares e as casas de abrigo situadas em zonas rurais que prestassem um serviço de hospedagem, independentemente de serem utilizadas como habitação própria dos seus proprietários, desde que corretamente integradas na arquitetura e ambiente rústico do meio onde se

¹⁴ Decreto-Lei n.º 256/86, de 27 de Agosto, Presidência do Conselho de Ministros - Secretaria de Estado do Turismo (Diário da República I Série – Número 196, de 27 de Agosto de 1986).

¹⁵ Decreto-Lei n.º 169/97, de 4 de Julho, do Ministério da Economia (Diário da República Série I-A – Número 152, de 4 de Julho de 1997).

situavam, *«pela sua traça, materiais de construção e demais características»* (Decreto-Lei n.º 169/97, de 4 de julho).

Seria classificado como Hotel Rural, aquele que ocupasse *«um ou mais edifícios de reconhecido valor arquitectónico, histórico ou artístico ou com características próprias do meio rural»* onde estivesse inserido. Como condições gerais teria de oferecer uma capacidade de alojamento entre 10 a 30 quartos ou *suites* e *«dispor de instalações, equipamento e mobiliário de boa qualidade e característico da região, oferecendo aspecto geral e ambiente agradáveis»* (Decreto Regulamentar n.º 37/97, de 25 de setembro)¹⁶.

Sendo necessária a simplificação dos processos de licenciamento dos empreendimentos de turismo em espaço rural, em 2002 foi publicado o novo regime jurídico da instalação e do funcionamento desses empreendimentos (Decreto-Lei n.º 54/2002, de 11 de março)¹⁷ e, regulamentados os respetivos requisitos mínimos (Decreto Regulamentar n.º 13/2002, de 12 de março)¹⁸.

Em 2007, ocorreu nova alteração aos diplomas legais do turismo em espaço rural, nomeadamente em relação aos Hotéis Rurais. Chegou-se à conclusão de que a competitividade destes empreendimentos estava diretamente relacionada com as suas dimensões, pelo que a sua contribuição para o desenvolvimento da região onde se localizavam não poderia compactuar com a exigência de um limite máximo de 30 quartos, a qual colocava em risco a viabilidade económica dos mesmos. Ouvidos todos os intervenientes neste processo, o Governo alterou esse limite máximo, *«deixando aos promotores a determinação da dimensão do estabelecimento hoteleiro [...] respeitados, obviamente, os instrumentos de gestão territorial em vigor.»* (Decreto Regulamentar n.º 5/2007, de 14 de fevereiro)¹⁹.

Em 2008 e dando cumprimento a uma das medidas do programa de Simplificação Administrativa e Legislativa – SIMPLEX 2007, foi publicado o novo regime jurídico de instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos (Decreto-Lei n.º

¹⁶ Decreto Regulamentar n.º 37/97, de 25 de Setembro, do Ministério da Economia (Diário da República Série I-B – Número 222, de 25 de Setembro de 1997).

¹⁷ Decreto-Lei n.º 54/2002, de 11 de Março, do Ministério da Economia (Diário da República Série I-A – Número 59, de 11 de Março de 2002).

¹⁸ Decreto Regulamentar n.º 13/2002, de 12 de Março, do Ministério da Economia (Diário da República Série I-B – Número 60, de 12 de Março de 2002).

¹⁹ Decreto Regulamentar n.º 5/2007, de 14 de Fevereiro, do Ministério da Economia e Inovação (Diário da República I Série – Número 32, de 14 de Fevereiro de 2007).

39/2008, de 7 de março)²⁰. No capítulo do turismo em espaço rural, a classificação dos empreendimentos sofreu algumas alterações na vertente das «tipologias e sub-tipologias» existentes. Surge a separação entre empreendimentos de turismo de habitação e empreendimentos de turismo em espaço rural (Decreto-Lei nº 39/2008, de 7 de março).

No que concerne o turismo de habitação foi clarificada a possibilidade da localização dos empreendimentos no espaço urbano, passando o número máximo de unidades de alojamento destinadas a hóspedes para 15.

Quanto aos empreendimentos de turismo em espaço rural, a alteração residiu na respetiva classificação que passou a integrar apenas três tipologias: as Casas de Campo, o Agroturismo e os Hotéis Rurais (Decreto-Lei nº 39/2008, de 7 de março). No entanto, foram consideradas como turismo de aldeia, as casas de campo que se situassem em aldeias e que fossem exploradas de forma integrada por uma única entidade. Para as Casas de Campo e para o Agroturismo, o número máximo de unidades de alojamento destinadas a hóspedes, foi igualmente alterado para 15.

De acordo com o atual diploma legal, os empreendimentos de turismo em espaço rural dispunham de 2 anos para se reconverterem nas tipologias e categorias estabelecidas (Decreto-Lei nº 39/2008, de 7 de março). Posteriormente, através do Decreto-Lei nº 228/2009, de 14 de setembro²¹, este prazo foi alargado até 31 de dezembro de 2010 (ponto 2, art.º 75). Lamentavelmente, no início de 2014 o processo ainda estava a decorrer na Madeira, prevendo-se o seu término durante o primeiro semestre do corrente ano, segundo a Direção Regional de Turismo (DRT) da Madeira²².

Optámos por sistematizar no quadro seguinte a evolução cronológica de natureza legislativa do enquadramento do TER e da génese das modalidades de hospedagem em Portugal:

²⁰ Decreto-Lei nº 39/2008, de 7 de Março, do Ministério da Economia e Inovação (Diário da República I Série – Número 48, de 7 de Março de 2008).

²¹ Decreto-Lei nº 228/2009, de 14 de Setembro, Ministério da Economia e da Inovação (Diário da República I Série – Número 178, de 14 de Setembro de 2009).

²² O prazo para a reconversão que numa fase anterior já havia sido alargado para finais de 2013, sofreu recentemente nova alteração, neste momento, para o primeiro semestre de 2014.

Quadro 4 – Turismo em Espaço Rural – Enquadramento Legislativo

Ano	Diploma Legal	Sumário
1978	Decreto Regulamentar n.º 14/78	Regulamenta os meios complementares de alojamento turístico
1982	Decreto-Lei n.º 192/82	Cria parques de campismo rural
1983	Decreto-Lei n.º 423/83	Define utilidade turística e estabelece os princípios necessários para a sua concessão
1984	Decreto-Lei n.º 251/84	Define o regime de inserção do turismo de habitação na oferta turística portuguesa
1986	Decreto-Lei n.º 256/86	Estabelece normas relativas ao desenvolvimento das várias formas de turismo no espaço rural, revestindo a forma de «turismo de habitação», «turismo rural» ou «agroturismo»
1997	Decreto-Lei n.º 169/97	Aprova o regime jurídico do turismo no espaço rural
1997	Decreto Regulamentar n.º 37/97	Regula o turismo no espaço rural
2002	Decreto-Lei n.º 54/2002	Estabelece o novo regime jurídico da instalação e do funcionamento dos empreendimentos de turismo no espaço rural
2002	Decreto Regulamentar n.º 13/2002	Regula os requisitos mínimos das instalações e do funcionamento dos empreendimentos de turismo no espaço rural
2007	Decreto Regulamentar n.º 5/2007	Altera os requisitos mínimos da instalação e funcionamento dos Hotéis Rurais
2008	Decreto-Lei n.º 39/2008	Consagra o regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos
2008	Declaração de Rectificação n.º 25/2008	Retifica o Decreto-Lei n.º 39/2008
2008	Portaria n.º 937/2008	Estabelece os requisitos mínimos a observar pelos estabelecimentos de turismo de habitação e de turismo no espaço rural
2008	Portaria n.º 1320/2008	Estabelece os requisitos específicos de instalação. Classificação e funcionamento dos parques de campismo e caravanismo (inclui os parques de campismo rurais)
2009	Decreto Legislativo Regional n.º 12/2009/M	Adapta à Região Autónoma da Madeira o Decreto-Lei n.º 39/2008, de 7 de março
2009	Decreto-Lei n.º 228/2009	1ª Alteração ao Decreto-Lei n.º 39/2008

Fonte: Elaboração Própria.

O fluxo turístico do TER na Madeira tem sido pouco estudado no campo da Procura e da Oferta Turística. Estando o turismo em espaço rural intimamente relacionado com o movimento de pessoas, o seu estudo é fundamental para a compreensão dos fatores que o têm influenciado no tempo e no espaço. Conhecermos com maior rigor as medidas que foram tomadas para responder às necessidades desses turistas, qual o impacto social, económico e cultural desse segmento turístico, quais as atrações turísticas principais do património madeirense que os motivam e sobretudo qual o perfil do turista TER que visita a Ilha é uma necessidade premente para o desenvolvimento sustentável deste setor.

1.2.8 O PERFIL DO VISITANTE NO ESPAÇO RURAL

A ilha da Madeira desde a sua descoberta oficial pela coroa portuguesa, em 1419/20, cumpriu um papel deveras crucial no processo de expansão. A sua posição geográfica transformou-a no ponto de escala ideal para todos quantos rasgavam o oceano. Numa fase inicial foi o excelente local de apoio às viagens marítimas inseridas nas rotas de descobrimento ao longo da costa africana, passando mais tarde a ser o ponto de passagem de eleição das rotas comerciais e científicas:

«É hoje quase pacífica a tese que, após a conquista de Ceuta em 1415, o arquipélago da Madeira – que já era citado em 1350 no “Libro del Conoscimiento” e representado em mapas italianos e catalães do século XIV – foi redescoberto, com o fim de suprir as crónicas deficiências do reino em cereais e ainda para que servisse de apoio às navegações para as terras do Bojador».

(Nepomuceno, 1994: 17)

Walter Minchinton é de opinião que a Madeira apresentou ao longo das primeiras centúrias diferentes finalidades para além de porto de importação/exportação: *«there were the individual calls of some note. Many British, Portuguese, Dutch and French admiral, governor, official, missionary or savant, on his way to a colonial residence, spent a day or two in Madeira»* (1990: 506), apesar de, já em meados do século XVI, ser conhecida através do seu vinho *«English voyagers began to speak of the good wines grown in Madeira»* (1990:499).

A Madeira foi igualmente procurada por cientistas, ávidos de conhecimentos, para isso contribuiu o valioso património natural da Ilha e o facto de aqui residirem estrangeiros oriundos do país de residência de alguns cientistas, facilitando-lhes assim a estadia na Ilha: *«Instituições seculares, como o Museu Britânico, Linean Society, e Kew Gardens, enviaram especialista às ilhas proceder à recolha de espécies, enriquecendo os seus herbários. Os estudos no domínio da Geologia, Botânica e Flora são resultado da presença fortuita ou intencional dos cientistas europeus. Esta moda do século XVIII [...]»* (Vieira, 2010: 105).

O turismo na Madeira desenvolveu-se essencialmente com o aparecimento dos barcos a vapor, sendo a Madeira conhecida como destino privilegiado no segmento de *«a health and fashionable pleasure resort»* para um mercado de aristocratas ingleses: *«English people of the leisured classes became increasingly attracted to the island because of its mild climate and lovely scenery»* (Minchinton, 1990: 517).

Temos consciência que desde muito cedo e em períodos anteriores ao século XIX, a Madeira ganhou relevância como estância de Turismo Terapêutico, o clima considerado fundamental na cura da tuberculose e de outras doenças do foro pulmonar atraiu muitos visitantes, procura que se prolongou até ao século XX. Atualmente temos conhecimento que o clima da Madeira não era o ideal para a cura ou convalescença deste tipo de doenças, mas terá sido, sem sombra de dúvidas, uma melhor hipótese quando equiparado ao clima dos países de residência daqueles que procuram, ao longo dos séculos, a famosa «Pérola do Atlântico».

Durante o século XX o turismo na Ilha continuou a desenvolver-se, tendo atingido o seu auge na segunda metade do século. Os visitantes que procuraram a Madeira enaltecem sobretudo o património natural da Ilha, as suas paisagens, a sua beleza, as suas flores, a hospitalidade do seu povo e a segurança. E na literatura, a Ilha e o seu património continuam uma fonte de inspiração para alguns poetas:

M A D E I R A

Surgidas das entranhas de Vulcano,
Elevam-se das ondas do oceano
- Encostas bordejadas por levadas -
Montanhas, que contrastam a beleza
Agreste, que lhes deu a Natureza,
Com flores, por socalcos derramadas.

Talvez por isso Ulisses navegasse
Num rumo, que ao Olimpo o transportasse,
Além do mar sem fim, a todo o pano;
Mas fora, por Destino, já traçado,
Ser este paraíso reservado
A povo mais ilustre. O Lusitano!

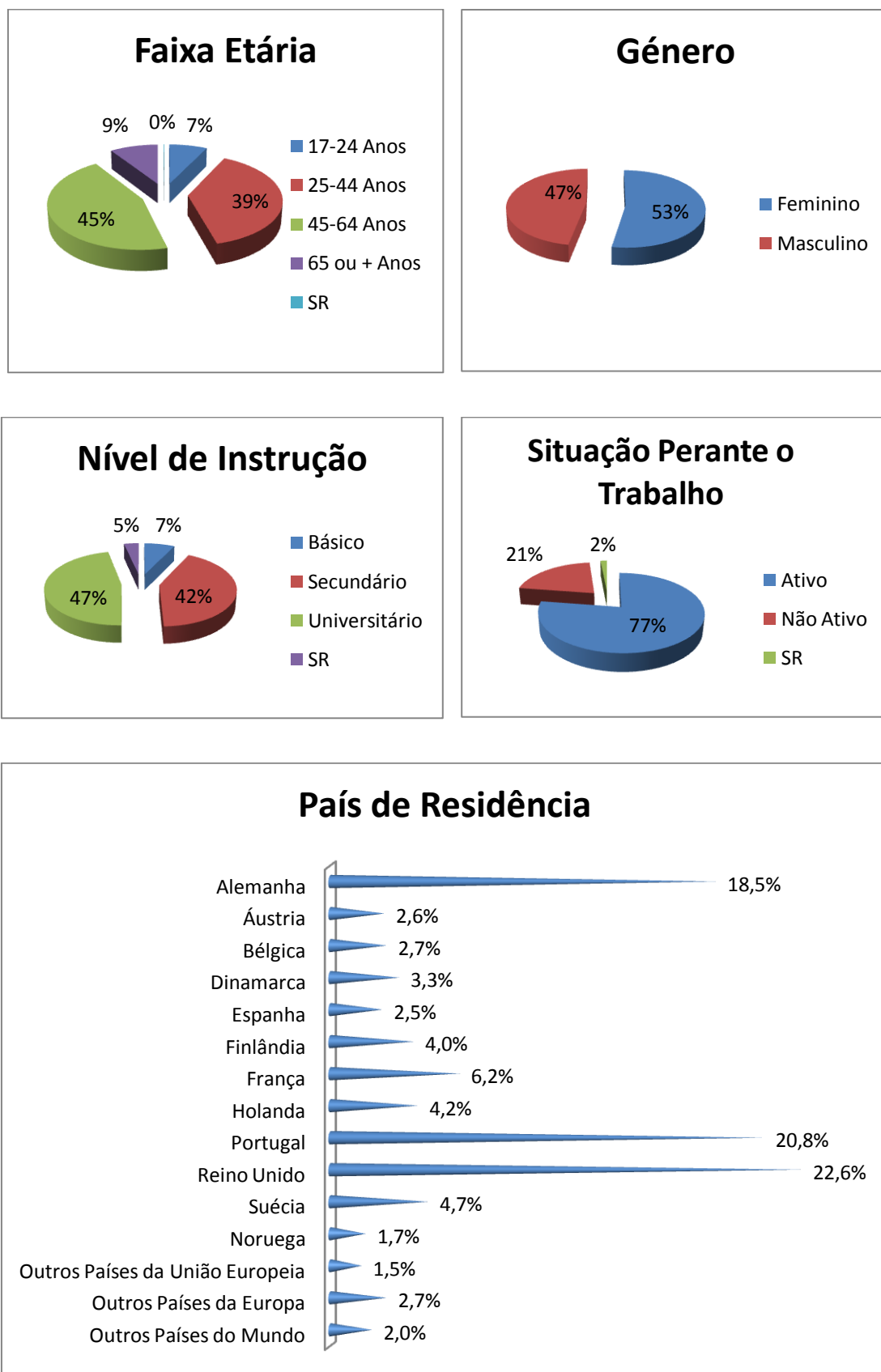
Milénios são passados, desde os tempos
Que contam que, fugindo aos seus tormentos,
Os deuses se escondiam muitas vezes.
Por certo procuravam nestas ilhas
- Cercados por imensas maravilhas -
Carpir, ou lamentar os seus reveses.

Assim, ao ser chegada a sua hora,
Os deuses resolveram ir embora
Fazendo aos portugueses o legado.
Por cá, ouvem-se agora serenatas
Cantadas, em levadas e cascatas,
Por ninfas, em dolentes tons de fado.

(Cintra, 2000)

Perante a inexistência, até à data, de algum estudo sobre o perfil do turista TER que visita a Madeira, optámos por apresentar os resultados de um estudo elaborado entre abril de 2001 e março de 2002 pela DRT com o intuito de definir o perfil do turista que visita a Madeira, o qual se subdividiu em duas grandes temáticas: «A Caraterização do Turista» e a «Caraterização das Férias/Estadia» (DRT, 2002).

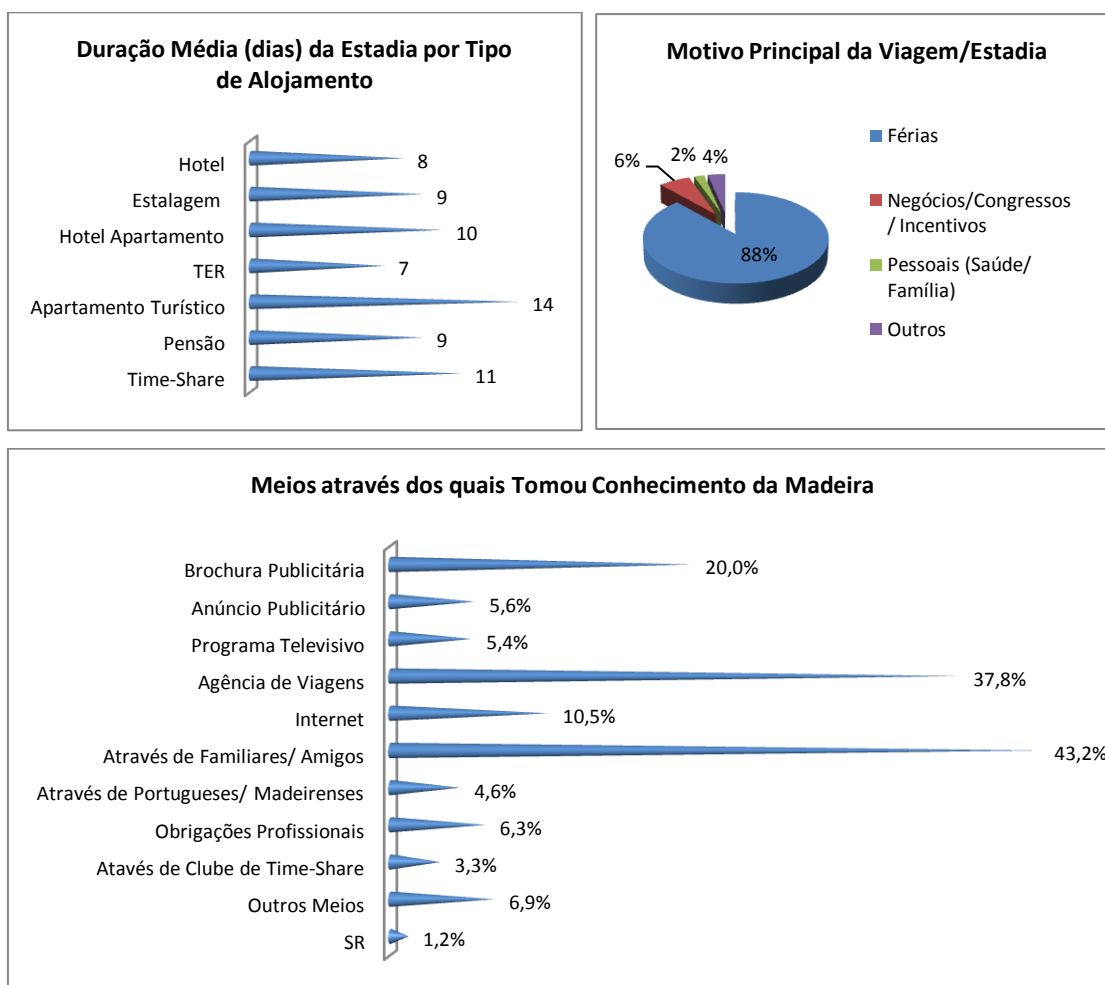
Figura 16 – Caracterização do Turista - Madeira



Fonte: Elaboração Própria a partir dos dados fornecidos pela DRT (2002).

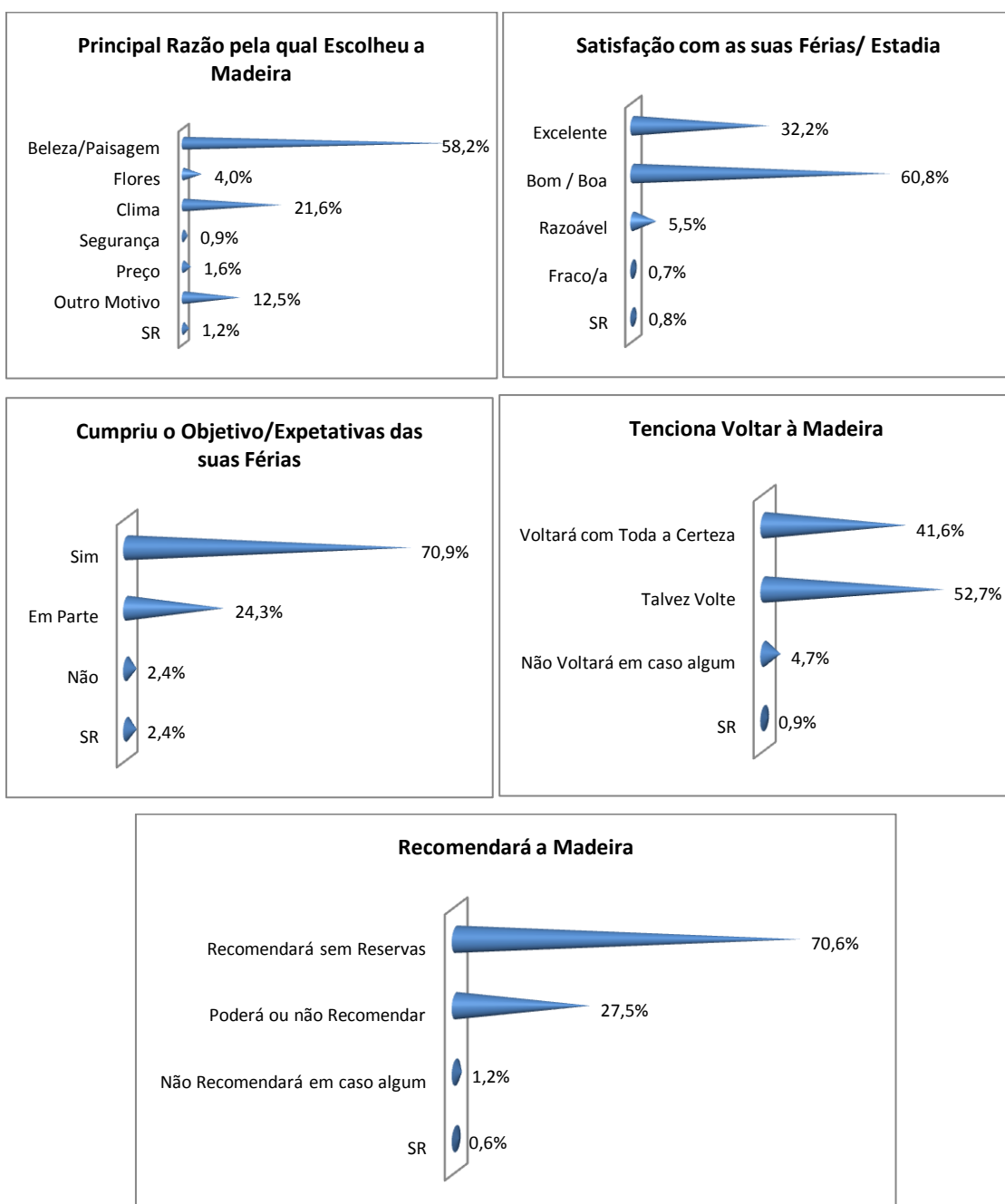
No que concerne a Caracterização do Turista, analisando a figura anterior, apuramos que os visitantes da Ilha encontravam-se maioritariamente na faixa etária entre os 25 e os 64 anos, embora com uma incidência superior para o escalão dos 45 aos 64 anos (45%), sendo que o escalão anterior, dos 25 aos 44 anos apresentava uma taxa ligeiramente inferior (39%). Quanto ao género, não se verificou uma diferença substantiva, uma vez que a maioria apontava para casais, embora o sexo feminino apresentasse um valor superior (53%). Quanto às habilitações académicas, os visitantes possuíam essencialmente formação universitária (47%) e secundária (42%). Por outro lado, 77% apresentaram uma situação ativa perante o emprego. Quanto ao país de residência, os sete maiores mercados dos inquiridos foram o Reino Unido (22,6%), Portugal (20,8%), Alemanha (18,5%); França (6,2%), Suécia (4,7%), Países Baixos (4,2%) e Finlândia (4,0%).

Figura 17 – Caracterização das Férias/Estadia – Madeira (I)



Fonte: Elaboração Própria a partir dos dados fornecidos pela DRT (2002).

Figura 18 - Caracterização das Férias/Estadia – Madeira (II)



Fonte: Elaboração Própria a partir dos dados fornecidos pela DRT (2002).

Em relação à Caracterização das Férias/Estadia verificou-se que a duração média de estadia por tipo de alojamento oscilava entre os 14 dias e os 7 dias (Apartamentos Turísticos: 14 dias, Timeshare: 11 dias, Hotel Apartamento: 10 dias, Estalagem/Pensão: 9 dias, Hotel: 8 dias e TER: 7 dias), concentrando-se no TER a menor duração média de estadia. Dos inquiridos, 88% declararam que o motivo principal da sua viagem havia sido «Férias». Quando questionados sobre os meios através dos quais haviam tomado

conhecimento da Madeira, descobriu-se que a maioria seguiu as informações de familiares e amigos (43,2%), e os restantes recorreram a agências de viagens (37,8), a brochuras publicitárias (20%), à Internet (10,5%) e a outros meios. No que concerne a questão sobre qual a principal razão de escolha do destino Madeira, confirmou-se que o património natural da Ilha, em especial a sua Beleza e Paisagem (58,2%) e o Clima (21,6%) se mantinham no topo dos principais fatores de motivação da procura turística da Madeira. Os inquiridos demonstraram um elevado grau de satisfação com as férias (Bom: 60,8%; Excelente: 32,2%) e com o cumprimento das suas expectativas (Sim: 70,9%; Em parte: 24,3%), sendo que 70,6% afirmou que recomendaria a Madeira sem qualquer reserva, e 41,6% do universo de inquiridos assegurou que voltaria à Ilha «com toda a certeza».

Como é possível verificar não têm sido efetuados estudos específicos sobre o perfil do visitante TER na Madeira. Até à data este segmento tem sido incluído nos estudos gerais, impossibilitando uma análise aprofundada do mesmo. No entanto, entre os diversos estudos efetuados sobre o perfil do Visitante TER em Portugal, Maria Monteiro e Filipe Carvalho oferecem-nos um retrato composto deste visitante:

«O turista de hoje é, cada vez mais, um consumidor verde, com crescente consciência ambiental e sensível às culturas locais, que procura experiências desafiantes e autênticas, mais flexíveis e saudáveis, que contrastem com a crescente urbanização dos locais onde vive. Gosta de praticar actividades ao ar livre, compra produtos locais genuínos e diferenciados, consome o produto turístico de forma ética e afectiva, procura um bom nível de serviços, e está apto a fazer comparações».

(Monteiro e Carvalho, 2006: 55)

O estudo do perfil do visitante oferece-nos informação essencial para a análise da procura turística: *«In order to analyze tourism demand (and its various Market segments) it, is important to link information on the personal characteristics of the visitor (profile) with information on the purpose, behavior and habits of the visitor (characteristics of the visit)»* (Eurostat, 1998:9).

Nos estudos que consultámos sobre o TER em Portugal, deparámo-nos com algumas discrepâncias no que concerne o escalão etário deste tipo de turista. Enquanto alguns estudos os consideraram como *«indivíduos relativamente jovens»*, enquadrados numa faixa etária entre os 31 e os 45 anos (Silva, 2006; Lopes, 2005), noutros estudos a

maior representatividade dos inquiridos encontrava-se, ora na faixa dos 45-54 anos, ora na dos 55-64 anos (Pinto, 2004: 159).

Quanto ao nível de rendimentos e habilitações académicas pareceu-nos existir maior unanimidade entre os dados, apontando para um turista com rendimentos elevados e habilitações académicas de nível universitário (Silva, 2006; Lopes, 2005; Pinto, 2004).

Quanto ao principal motivo da visita, os estudos demonstram características semelhantes. Segundo Silva, os motivos principais residiam no desejo de «*romper com a vida quotidiana*» e «*obter uma experiência revigorante no campo*» (Silva, 2006: 305); segundo Melo «*este turista denota uma crescente preocupação e interesse para com o ambiente natural, construído e cultural, e também o interesse por actividades lúdicas e de lazer que visam a participação activa no “modus vivendi e faciendi” tradicional*» (Melo, 2003: 55). Segundo Pinto, os inquiridos «*optaram pelo clima, pelo conhecimento da região e pela necessidade de paz e sossego*» (Pinto, 2004: 160).

Um estudo elaborado em 1998 remetia para motivações semelhantes, salientando a importância de dois fatores de motivação primordiais: «*o alojamento e a maior proximidade às pessoas e aos meios rurais*» (Carqueja, 1998: 92). De acordo com a autora do estudo, o atendimento personalizado, o património histórico-cultural presente nas unidades de alojamento e o respetivo número reduzido de hóspedes eram os fatores principais que em Portugal, motivavam os turistas a escolher o TER.

Uma outra opinião, embora concedendo maior ênfase ao património natural das regiões visitadas, vem corroborar a análise anterior: «*os turistas procuram a beleza física das herdades e das paisagens naturais que as enquadram. Isto não obsta a que existam expectativas de interesses, de parte a parte, pela conversação, pela troca de conhecimentos, pela diversão e pelo conhecimento da região visitada, o que pode conduzir a relações pessoais*» (Dias, 2001).

Para Lourenço, a visita a locais de interesse da Região é um dos fatores motivadores da procura TER, no entanto, o seu estudo revelou um aspeto curioso e simultaneamente condicionador desta motivação: «*Interessante é constatar que esta motivação dos turistas se encontra directamente associada à postura dos proprietários dos Montes, pois aqueles que demonstram uma atitude mais profissional, no sentido de gerirem a empresa de forma mais acompanhada e participativa, são os casos em que é referida esta apetência por parte dos turistas, muito em parte, estimulada pelos próprios empresários*» (Lourenço, 2005: 136).

Em 2008, foi publicado um estudo realizado em 2007 com o objetivo de caracterizar o perfil da oferta e as dinâmicas de procura do TER e do Turismo de Natureza (TN) em Portugal. Apesar do estudo ter agregado dois segmentos turísticos com alguma diversidade, conseguimos depreender que os dados apurados vão de encontro às conclusões dos estudos referenciados anteriormente. Para que o leitor possa apurar com superior clarividência estas afinidades, optámos por transcrever o texto do referido estudo:

«Os indicadores de permanência média dos hóspedes apresentam níveis baixos: o volume de hóspedes que permanecem até 3 dias representa 53,8% do total e, entre 4 a 6 dias, representa 17,2%. Embora não se observem diferenças acentuadas de padrão, o tempo de permanência dos hóspedes estrangeiros nos segmentos acima de três noites é superior aos dos nacionais (p.e., no período entre 4 a 6 noites, abrange 13,9% dos estabelecimentos, enquanto no caso dos nacionais atinge 9,6% e acima de 6 noites representa 5,6%, contra 1,3% para os hóspedes nacionais).

A opção dos turistas pelo TER/TN encontra-se associada à descoberta do território e ao contacto com a natureza. Com efeito, o padrão de motivações de deslocação e de fruição do sítio e do alojamento, evidencia a importância da envolvente territorial (descoberta de uma região e localização da unidade TER/TN) e do carácter rural do sítio (contacto com a natureza e tipologia do edifício). Os aspectos de “construção da oferta” têm peso apenas na referência à saúde e bem-estar (que, ainda, decorre da valorização do sítio), mas são menos relevantes, p.e., na animação (eventos e festas) ou nas infra-estruturas, equipamentos, serviços e actividades disponibilizadas.

A clientela TER/TN tem características próprias de procuras consolidadas e com capacidade aquisitiva (meia idade, empregados e profissionais liberais, com habilitação superior, deslocando-se por meios próprios,...). As práticas predominantes dos hóspedes reflectem uma regularidade de alojamento em estabelecimentos TER, p.e., na unidade em que responderam ao Inquérito (mais de metade dos inquiridos).

O cliente-tipo TER/TN tem níveis de autonomia própria, reflectidos nos meios de escolha do estabelecimento (Internet, aconselhamento de outros e visita anterior representam, em conjunto, mais de 75% das escolhas). Esta autonomia do turista reflecte-se também no modo como efectua a reserva: escolhe o destino via Internet, contacta por e-mail ou por telefone o estabelecimento e desloca-se em viatura particular.

Os níveis de satisfação apontados pelos inquiridos são significativamente elevados, designadamente, com o alojamento TER (77,5%, muito satisfeitos) e com a região (62,5%, muito satisfeitos). Este nível de satisfação repercute-se na intenção de regresso em breve (62,9%) e de recomendação do estabelecimento (92,8%).»

(Neves, 2008: 6-7)

Para uma melhor compreensão deste ponto do nosso estudo, pareceu-nos relevante apresentar dados mais específicos e mais atualizados sobre o perfil do visitante TER e na falta dos mesmos em relação à Madeira e a Portugal, optámos por um estudo europeu sobre o TER, elaborado entre 2009 e 2010. O estudo, inserido no projeto QUALITOOL (*Transfer of Quality Insurance Tools for European Rural Tourism Sector*), contou com a participação de 55 países.

A idade média dos indivíduos que responderam ao inquérito rondava os 37 anos, eram pessoas com um elevado nível sociocultural, um poder de compra de nível médio, com uma predisposição para a prática do TER no seu país de residência (86%), enquanto os restantes 18%, já o haviam praticado noutros países.

Quando questionados sobre aquilo que associavam ao Turismo Rural, as respostas foram diversificadas, tendo os inquiridos respondido, em média, a 2 ou 3 opções. Nesta questão os resultados foram os seguintes:

- a) 19% - Férias ativas (equitação, ciclismo, andar a pé, etc.);
- b) 18% - Alojamento com ou sem pequeno-almoço numa casa de campo;
- c) 17% - Agroturismo (quintas com agricultura e animais domésticos);
- d) 10 – 12 % - Centro recreativo no campo, pousada ou casa de hóspedes;
- e) 6% - Apartamento de férias numa quinta;
- f) 5% - Acampamentos.

Ao analisarmos as respostas constatamos que a maioria das associações recai no contacto com a natureza, através das férias ativas e no carácter rural da localidade, como já foi referido nos estudos que apresentámos anteriormente e que por outro lado nos permitem perceber alguns referenciais de liberdade e de fuga à rotina urbana.

O método mais utilizado na reserva do alojamento foi o contacto direto com o proprietário (70%). E no que concerne a fonte de informação para planear as suas deslocações, a maioria confirmou ter recorrido à Internet, aos conselhos de amigos ou colegas e à experiência pessoal.

Nos fatores determinantes na escolha da unidade de alojamento, consideraram como mais importante a natureza e as paisagens atrativas, seguindo-se o preço e por fim, a boa localização do estabelecimento.

No primeiro contacto, aquando da chegada ao estabelecimento, pesou sobretudo «*a friendly and personal attitude from the hosts and staff*». Durante a estadia, os inquiridos relevaram essencialmente o «*feeling of safety, personnel and service reliability, as well as many sights and potential activities in the neighbourhood*».

Embora com menor taxa de respostas, foram também focados aspetos como a autenticidade da vida rural, das tradições, a hospitalidade da população, a oportunidade de comprar produtos regionais, entre outros.

No regresso a casa, consideraram importante após as férias numa unidade de turismo rural, ter levado consigo «*pleasant memories of the time spent*» (QUALITOOL, 2010).

Este estudo europeu revelou-nos algumas divergências entre os resultados já enunciados sobre os estudos elaborados em Portugal, principalmente no âmbito das motivações dos turistas. Reconhecemos nestas diferenças, a relevância da segmentação que domina os usufruidores do TER, pelo que na presente investigação decidimos identificar o perfil do visitante TER na Madeira, em particular, aquele que visita as Casas de Campo, uma vez que «*[t]he relative importance of a destination in terms of tourism is determined by the potential visitors*» (WTO, 2007d: 49).

1.2.9 CONCEITO DE PATRIMÓNIO

Numa perspetiva jurídica «património» é entendido como «*todos os recursos que se herdaram, bens mobiliários e imobiliários, capitais, etc., podendo ter, portanto, um sentido privado como público*» (Pérez, 2003: 231-232), segundo o *Dicionário da Língua Portuguesa*, o conceito deriva do latim *patrimonium* significando inicialmente «*herança paterna*», «*bens que se herdaram dos pais ou avós; bens de família*». O dicionário oferece-nos ainda outras aceções: «*zonas, edifícios e outros bens naturais ou materiais de determinado país que são protegidos e valorizados pela sua importância cultural*». Outros idiomas adotaram diferentes termos para designar conceitos afins, no inglês «*heritage*», na sua forma mais restrita designava «*aquilo que foi ou pode ser herdado*», adquirindo posteriormente um sentido mais lato, começou a ser empregue como referência aos monumentos herdados de gerações anteriores (Carvalho, 2008: 303).

Na atualidade e num quadro de necessidade crescente, sentida internacionalmente, a qual se tem traduzido por um apelo profundo quanto à sua preservação e valorização, o termo encontra-se envolvido em diferentes adjetivações: natural, cultural, histórico, arquitetónico, construído, industrial,... e, uma vez que essa sede de preservar um passado, uma identidade, tão característica do ser humano só poderá evoluir, pelo que nas próximas décadas outras deverão surgir.

Em Portugal, desde épocas remotas começaram a esboçar-se algumas medidas que visaram a preservação e valorização de uma herança cultural. Temos conhecimento que foi publicada legislação relativa à «*recuperação dos burgos arruinados e dos castelos e à protecção de todos os meios de riqueza nacional*» no século XIII, mais precisamente no reinado de D. Dinis (AAVV, 1990: 84). Outras medidas sucederam-se nos séculos seguintes, das quais ressalvamos a atitude do rei D. Manuel I, na salvaguarda do património documental nacional e a do monarca D. João V, ao assinar a 20 de agosto de 1721, um alvará com o objetivo de «*inventariar e conservar os monumentos nacionais*». Este alvará continha normas rígidas contra a destruição do património «*[...] por isto ordena que d'aqui em diante nenhuma pessoa de qualquer estado, qualidade e condição que seja, desfaça ou destrua em todo nem em parte qualquer edifício, que mostre ser d'aquelles tempos, ainda que em parte esteja arruinado [...]*» (AAVV, 1990: 84).

Em 1838, o historiador Alexandre Herculano foi considerado o «*percursor da vanguarda do património cultural português*» ao escrever «*Monumentos Pátrios*», onde para além de defender a salvaguarda dos monumentos, acusava a sociedade pelo «*vandalismo actual*» que se fazia sentir (AAVV, 1990: 85). Ao longo deste século e do seguinte, outros defensores do património português, incluindo associações culturais, deixaram testemunhos do que se estava a passar e da necessidade premente da sua recuperação e preservação. Em 1880, a *Real Associação dos Archictetos e dos Archeologos Portuguezes* apresentou uma relação de monumentos que potenciou em 1910, a primeira classificação dos monumentos nacionais em Portugal. (AAVV, 1990: 86). A partir de 1974, o novo regime de governo do país possibilitou a aplicação no território nacional das práticas internacionais relativas à salvaguarda do património.

Hélder Pacheco, investigador e escritor, natural do Porto, perpetuou uma definição de património, fruto de um trabalho de uma professora com os seus alunos (na Escola Preparatória de Esgueira), que em nossa opinião, expressa vivamente o conceito de património:

*«A riqueza dum povo é tudo
o que faz parte da sua vida.
É tudo o que te cerca. É a paisagem
que vês da tua janela.
É a casa pequenina da tua aldeia.
É o museu da cidade.
É a cantiga que ouves ao trabalhador,
é aquela que a tua mãe cantava
para te embalar.
É a filarmónica da tua terra nas tardes
quentes de Verão.
São os trajos coloridos das mulheres
do campo ou do mar.
É o rancho que dança nos caminhos
poeirentos da aldeia.
É a capelinha solitária no alto do monte.
É a catedral da grande cidade.
É o barro moldado pela mão do oleiro,
a rede feita pela mão do pescador.*

*É o pregão da varina que percorre as ruas
da cidade, ou a voz serena do pastor
chamando as ovelhas...
São as histórias contadas, aos serões de Inverno,
junto à lareira.
É o jogo da malha no largo da aldeia.
É o desenrolar da meada, é a força da vida!»*

(Pacheco, 1987: 13)²³

Neste poema, através de uma linguagem simples, os seus autores conseguiram transmitir o conceito de património de um país, «*desenrolaram a meada*» através de uma imagem viva, repleta de memórias que caracterizam a identidade do povo português.

Durante o século XIX, outros países europeus demonstraram o seu interesse pela conservação e recuperação do seu património. É neste contexto que começaram a surgir, a partir da primeira metade do século XX, diversas Cartas, Convenções e Recomendações que traçaram um percurso comum no esforço conservacionista subsequente, no espaço internacional e europeu.

Os principais objetivos e conceitos foram difundidos através de documentos internacionais, emitidos pela UNESCO, Conselho da Europa e ICOMOS.

A «Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura» (UNESCO), criada pela ONU em 1945, com a finalidade de contribuir para a manutenção mundial da paz e segurança, através do desenvolvimento de relações entre as diferentes nações, no âmbito da educação, da ciência e da cultura, por forma a assegurar o respeito universal pela justiça, lei, direitos humanos e liberdades fundamentais, é sobretudo a

«UN agency mandated to protect the cultural and natural heritage of humanity [...], UNESCO seeks to encourage the identification, protection and preservation of cultural and natural heritage around the world considered to be of outstanding universal value to humanity. This is embodied in an international treaty called the Convention concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage, adopted by UNESCO in 1972».

(WTO, 2006: 81)

²³ Embora este poema ofereça uma definição etnográfica que partilhamos, a mesma será complementada com outras perspetivas que abordaremos nos pontos seguintes.

Neste contornio tem vindo a impulsionar a salvaguarda do património através de diferentes Convenções e Representações, das quais salientamos:

- 1954 – Convenção sobre a Proteção dos Bens Culturais em Caso de Conflito Armado ou Convenção de Haia²⁴;
- 1972 – Convenção para a Proteção do Património Mundial, Cultural e Natural²⁵;
- 1976 – Recomendação sobre a Salvaguarda dos Conjuntos Históricos e da sua Função na Vida Contemporânea²⁶;
- 1989 – Recomendação sobre a Salvaguarda da Cultura Tradicional e Popular²⁷;
- 2001 – Convenção para a Proteção do Património Cultural Subaquático²⁸;
- 2001 – Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural²⁹;
- 2003 – Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial³⁰.

O Conselho da Europa, constituído em 1949, com a finalidade de promover a defesa dos Direitos Humanos e propor ações conjuntas com objetivo de atingir um equilíbrio das práticas sociais e jurídicas à escala europeia, tem dinamizado a criação de novos princípios de proteção do património, de acordo com os documentos que a seguir ressalvamos:

- 1954 – Convenção de Paris³¹;

²⁴ Resolução da Assembleia da República nº 26/2000 de 2 de Dezembro de 1999 (Diário da República I Série – A – Número 76, de 30 de Março de 2000); Ratificação por Portugal: Decreto do Presidente da República nº 13/2000 de 30 de Março (Diário da República I Série – A – Número 76, de 30 de Março de 2000).

²⁵ «By regarding heritage as both cultural and natural, the Convention reminds the international community of the interaction between humanity and nature and the fundamental need to preserve the balance between humanity and nature» (WTO, 2006: 81).

²⁶ UNESCO (1976). *Recomendação sobre a Salvaguarda dos Conjuntos Históricos e da sua Função na Vida Contemporânea*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em [www: <URL: http://www.unesco.pt>](http://www.unesco.pt).

²⁷ UNESCO (1989). *Recomendação sobre a Salvaguarda da Cultura Tradicional e Popular*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em [www: <URL: http://www.unesco.pt>](http://www.unesco.pt).

²⁸ «[...] represents the response of the international community to the looting and destruction of cultural heritage located in the seabed and answers the need for a comprehensive high standard protection of Underwater Cultural Heritage» (WTO, 2006, 82).

²⁹ «The latest UNESCO Convention to protect cultural heritage was adopted in October 2005. The Convention on the Protection of the Diversity of Cultural Contents and Artistic Expression reinforces the notions enshrined in the 2001 UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity that cultural diversity is a “common heritage of humanity” and that its defence must be considered “an ethical imperative, inseparable from respect for human dignity”» (WTO, 2006: 83).

³⁰ «[...] recognizes the traditional forms of expression of many societies, many of which are unique and threatened by a trend towards cultural uniformity in this age of globalization» (WTO, 2006: 82).

³¹ COE (1954). *European Cultural Convention – Convenção de Paris*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em [www: <URL: http://conventions.coe.int>](http://conventions.coe.int).

- 1969 – Carta de Londres³²;
- 1975 – Carta Europeia do Património Arquitectónico³³;
- 1985 – Convenção para a Salvaguarda do Património Arquitectónico da Europa³⁴;
- 1992, 1997 – Convenção Europeia para a Protecção do Património Arqueológico (Convenção de Malta)³⁵;
- 2005 - Convenção de Faro³⁶.

O Conselho Internacional dos Monumentos e Sítios (ICOMOS), criado em 1965, tem por finalidade a promoção internacional, da conservação, protecção, utilização e valorização dos monumentos, conjuntos e sítios históricos. É responsável por propor os bens que recebem o título de Património Cultural da Humanidade e organizar Recomendações e Cartas, entre as quais assinalamos:

- 1964 – Carta de Veneza³⁷;
- 1976 – Recomendação sobre o Turismo Cultural³⁸;
- 1981 – Carta sobre a Salvaguarda dos Jardins Históricos ou Carta de Florença³⁹;
- 1987 – Carta Internacional para a Salvaguarda das Cidades Históricas⁴⁰;
- 1990 – Carta Internacional do Património Arqueológico⁴¹;
- 1999 – Carta Internacional sobre o Turismo Cultural⁴²;
- 1999 – Carta sobre o Património Construído Vernáculo⁴³;

³² COE (1969). *European Convention on the Protection of the Archaeological Heritage – Carta de Londres*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em [www: <URL: http://conventions.coe.int>](http://conventions.coe.int).

³³ COE (1975). *Carta Europeia do Património Arquitectónico*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em [www: <URL: http:// www.igespar.pt>](http://www.igespar.pt).

³⁴ COE (1985). *Convenção para a Salvaguarda do Património Arquitectónico da Europa*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em [www: <URL: http:// www.igespar.pt>](http://www.igespar.pt).

³⁵ COE (1992). *Convenção Europeia para a Protecção do Património Arqueológico (Revista) – Convenção de Malta*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em [www: <URL: http:// www.igespar.pt>](http://www.igespar.pt).

³⁶ COE (2005). *Convenção de Faro*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em [www: <URL: http:// www.igespar.pt>](http://www.igespar.pt).

³⁷ ICOMOS (1964). *Carta de Veneza*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em [www: <URL: http:// www.igespar.pt>](http://www.igespar.pt).

³⁸ ICOMOS (1976). *Recomendação sobre o Turismo Cultural*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em [www: <URL: http:// www.international.icomos.org>](http://www.international.icomos.org).

³⁹ ICOMOS (1981). *Carta sobre a Salvaguarda dos Jardins Históricos ou Carta de Florença*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em [www: <URL: http:// www.igespar.pt>](http://www.igespar.pt).

⁴⁰ ICOMOS (1987). *Carta Internacional para a Salvaguarda das Cidades Históricas*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em [www: <URL: http:// www.igespar.pt>](http://www.igespar.pt).

⁴¹ ICOMOS (1990). *Carta Internacional do Património Arqueológico*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em [www: <URL: http:// www.igespar.pt>](http://www.igespar.pt).

⁴² ICOMOS (1999). *Carta Internacional sobre o Turismo Cultural*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em [www: <URL: http:// www.igespar.pt>](http://www.igespar.pt).

- 2008 – Carta dos Itinerários Culturais⁴⁴.

Perante a infinidade de abordagens, interpretações e critérios que se têm desenvolvido sobre os bens patrimoniais e com o devido respeito pela diversidade das mesmas, não foi nossa intenção no presente estudo discuti-las, mas sim analisar a interação entre o património e o turismo em espaço rural, em harmonia com o referido na Carta Internacional do Turismo Cultural que ressalva a natureza dinâmica da articulação turismo/património: «*o património natural e cultural, as diversidades e as culturas vivas são grandes atracções turísticas*» (1999: A Interacção Dinâmica entre o Turismo e o Património Cultural).

As Cartas, Convenções e Recomendações são marcos fundamentais que estabeleceram conceitos e estatutos com o intuito de lançar as bases sobre a proteção e salvaguarda do património, nas suas diferentes aceções, na tentativa de englobar todo e qualquer bem patrimonial suscetível de preservação.

Nesta linha de orientação, para o nosso estudo preferimos realçar alguns dos conceitos vinculados pelas Cartas, Convenções e Recomendações anteriormente mencionadas, que passamos a enunciar.

A Carta de Atenas⁴⁵ (1931) foi o primeiro documento internacional que enunciou a problemática da conservação e restauro dos bens culturais. Na década de 1930 existiram diversos documentos denominados «Carta de Atenas», e o segundo em 1933⁴⁶, elaborado no Congresso Internacional de Arquitetura Moderna. Neste documento encontrámos um esboço inicial da definição de **património**, relativa aos valores arquitetónicos, como «*testemunhos preciosos do passado*» (1933: ponto 65), portadores de valor histórico ou sentimental, ou mesmo de «*uma virtude plástica na qual se incorporou o mais alto grau de intensidade do génio humano*» e como tal, pertencentes a um «*património humano*» (1933: ponto 65). Nesta interpretação foi concedida uma ênfase especial ao papel da geografia e da orografia «*no destino dos homens*», na modelação da sua sensibilidade e mentalidade: «*Foram os cumes dos montes que delimitaram as áreas de aglomeração onde, pouco a pouco, reunidos por costumes e usos comuns, os homens se constituíram em povoações*» (1933: ponto 3).

⁴³ ICOMOS (1999). *Carta sobre o Património Construído Vernáculo*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em [www: <URL: http:// www.igespar.pt>](http://www.igespar.pt).

⁴⁴ ICOMOS (2008). *Carta dos Itinerários Culturais*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em [www: <URL: http:// www.icomos.org>](http://www.icomos.org).

⁴⁵ Escritório Internacional dos Museus / Sociedade das Nações.

⁴⁶ Ata do IV Congresso Internacional de Arquitetura Moderna (1933).

Posteriormente outras Cartas abordaram o conceito de património. Segundo a Carta Internacional do Turismo Cultural (1999), património é:

«[U]m conceito amplo e inclui tanto o ambiente natural como o ambiente cultural. Abrange paisagens, locais históricos, sítios e ambientes construídos, bem como a biodiversidade, colecções, práticas culturais passadas e continuadas, conhecimentos e experiências vividas. Ele regista e exprime o longo processo do desenvolvimento histórico, formando a essência das diversas identidades nacionais, regionais, indígenas e locais, e é uma parte integrante da vida moderna. É um ponto de referência dinâmico e um instrumento positivo para desenvolvimento e para o intercâmbio. O património particular e a memória colectiva de cada localidade ou de cada comunidade é insubstituível, e é um fundamento importante para o desenvolvimento, quer agora quer no futuro.»

(ICOMOS, 1999: O Carácter fundamental da Carta)

A Carta de Cracóvia⁴⁷ (2000) apresenta uma definição de património que em nada contradiz a anterior, apesar de extremamente sintetizada: «*Património: é o conjunto das obras do homem nas quais uma comunidade reconhece os seus valores específicos e particulares e com os quais se identifica*». (2000: a) do Anexo)⁴⁸.

Outra noção que interessa refletirmos antes de passarmos à conceptualização dos desdobramentos do conceito anteriormente abordado é o que se compreende por «**Monumento**». No *Dicionário de Língua Portuguesa*, encontrámos diferentes significados, desde «edifício majestoso», «obra digna de passar à posteridade», «memória, recordação», «restos ou fragmentos materiais pelos quais podemos conhecer a história dos tempos passado», entre outros. Neste âmbito a Carta de Cracóvia (2000), ofereceu-nos uma definição mais abrangente: «*Monumento: é uma entidade identificada como portadora de valor e que constitui um suporte da memória. Nele, a memória reconhece aspectos relevantes relacionados com actos e pensamentos humanos, associados ao curso da história e, todavia, acessíveis a todos*» (2000: b) do Anexo). Anterior a esta definição, em 1964, a Carta de Veneza já havia tentado definir o conceito de «*Monumento Histórico*», ressaltando que o conceito para além da sua aplicação às criações arquitetónicas, grandes ou modestas desde que portadoras de significado cultural, deveria incluir «*o sítio rural ou urbano que testemunhe uma civilização particular, uma evolução significativa ou um acontecimento histórico*» (1964: art.º 1º).

⁴⁷ Conferência Internacional sobre Conservação.

⁴⁸ CIC (2000). *Carta de Cracóvia*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em [www: <URL: http:// www.igespar.pt>](http://www.igespar.pt).

Em 1981 e visando complementar a Carta de Veneza (1964) e dentro do espírito dessa Carta, os «**Jardins Históricos**» foram considerados «Monumento», em particular «Monumento Vivo», perceptível e renovável, através da Carta de Florença (1981). De acordo com esta última Carta, um «Jardim Histórico» é: «*uma composição arquitectónica e vegetal que, do ponto de vista da história ou da arte, apresenta um interesse público. Como tal é considerado monumento*» (1981: art.º 1º). O termo Jardim Histórico englobou ainda os jardins modestos, os parques ordenados ou paisagísticos, considerando-os como locais privilegiados, passíveis de exprimir as relações entre as diferentes civilizações e a natureza, a cultura, o estilo de uma época e possivelmente o espírito do seu criador.

No último quartel do século XX, a salvaguarda do património transpôs a esfera histórica onde tinha iniciado os seus primeiros passos, a sua relevância crescente em conjunto com os problemas relativos à alteração ou destruição do património que eclodiam na época, decorrentes da evolução da vida social e económica, provocou a sua expansão a outras dimensões de carácter mais ambientalista e ecologista. Em 1972, a Convenção para a Protecção do Património Mundial, Cultural e Natural trouxe novas disposições convencionais sobre o património cultural e natural de valor universal. Nela considerou-se como **património natural**:

- «*Os monumentos naturais constituídos por formações físicas e biológicas ou por grupos de tais formações com valor universal excepcional do ponto de vista estético ou científico;*
- *As formações geológicas e fisiográficas e as zonas estritamente delimitadas que constituem habitat de espécies animais e vegetais ameaçadas, com valor universal excepcional do ponto de vista da ciência ou da conservação;*
- *Os locais de interesse naturais ou zonas naturais estritamente delimitadas, com valor universal excepcional do ponto de vista da ciência, conservação ou beleza natural.»*

(UNESCO,1972: art.º 2º)

Um outro ponto fundamental foi a delimitação do conceito de **património cultural**:

- «*Os monumentos. - Obras arquitectónicas, de escultura ou de pintura monumentais, elementos ou estruturas de carácter arqueológico, inscrições, grutas e grupos de elementos com valor universal excepcional do ponto de vista da história, da arte ou da ciência;*
- *Os conjuntos. - Grupos de construções isolados ou reunidos que, em virtude da sua arquitectura, unidade ou integração na paisagem, têm valor universal excepcional do ponto de vista da história, da arte ou da ciência;*
- *Os locais de interesse. - Obras do homem, ou obras conjugadas do homem e da natureza, e as zonas, incluindo os locais de interesse arqueológico, com um valor universal excepcional do ponto de vista histórico, estético, etnológico ou antropológico.»*

(UNESCO, 1972: art.º 2º)

No que concerne a noção de «património cultural», outros documentos seguiram-se, no sentido de complementar, o mais claramente possível, o conceito. Em 1989, a UNESCO emitiu a Recomendação sobre a Salvaguarda da Cultura Tradicional e Popular, onde ressaltou a importância da cultura tradicional e popular «*como parte integrante do património cultural e da cultura viva*» e reconheceu a fragilidade de alguns dos seus aspetos, essencialmente os correspondentes à tradição oral. Nesta recomendação a UNESCO definiu **cultura tradicional e popular** como:

«É o conjunto de criações que emanam de uma comunidade cultural fundadas na tradição, expressas por um grupo ou por indivíduos e que reconhecidamente respondem às expectativas da comunidade enquanto expressão de sua identidade cultural e social; as normas e os valores se transmitem oralmente, por imitação ou de outras maneiras. Suas formas compreendem, entre outras, a língua, a literatura, a música, a dança, os jogos, a mitologia, os rituais, os costumes, o artesanato, a arquitetura e outras artes.»

(UNESCO, 1989: A)

A Carta de Cracóvia (2000) lembrou que as paisagens eram consideradas património cultural, dado serem «*o resultado e o reflexo da interacção prolongada nas diferentes sociedades entre o homem, a natureza e o meio ambiente físico. São testemunhos da relação evolutiva das comunidades e dos indivíduos com o seu meio ambiente*» (2000: ponto 9). Cinco anos mais tarde, a Convenção Quadro do Conselho da Europa Relativa ao Valor do Património Cultural para a Sociedade – Convenção de Faro (2005), apresentou uma definição que corrobora e tenta aglutinar as anteriores,

considerando que o património cultural: «*constitui um conjunto de recursos herdados do passado que as pessoas identificam, independentemente do regime de propriedade dos bens, como um reflexo e expressão dos seus valores, crenças, saberes e tradições em permanente evolução. Inclui todos os aspectos do meio ambiente resultantes da interacção entre as pessoas e os lugares através do tempo*» (2005: a) do art.º 2º).

Em 2009, tanto a Declaração de Viena⁴⁹ como a Carta de Bruxelas alertaram para a importância do património cultural na economia de um país, sobretudo pelo papel vital que poderia fruir no futuro. A primeira focava o seu contributo em períodos de recessão económica, enquanto a segunda salientava a amplitude desse contributo a todas as épocas económicas, uma vez que constituía um recurso insubstituível, capaz de revitalizar cidades e territórios, melhorando a qualidade de vida dos habitantes, para além de difundir valores sociais como: tolerância, democracia e pluralismo. Na Carta de Bruxelas, o património cultural foi entendido como um setor estratégico para o desenvolvimento atual e das gerações vindouras, detendo um papel determinante na Economia porque «*se muestra especialmente necesario para el desarrollo de territorios periféricos y afectados por procesos de despoblación*» (2009: ponto 6).

Entretanto, outros conceitos já haviam emergido, entre eles, o de «**património arquitetónico**». Em 1975, a Carta Europeia do Património Arquitetónico, reconhecendo que até à data só se haviam protegido e restaurado os monumentos mais importantes sem considerar o respetivo espaço envolvente determinou que o património arquitetónico «*é formado não apenas pelos nossos monumentos mais importantes mas também pelos conjuntos que constituem as nossas cidades antigas e as nossas aldeias com tradições no seu ambiente natural ou construído*» (1975: princípio 1º). Para além do conceito reafirmou a relevância da inclusão dos «conjuntos históricos» neste tipo de património, pelo seu valor insubstituível, no campo espiritual, cultural, económico e social: «*os conjuntos, mesmo na ausência de edifícios excepcionais, podem oferecer uma qualidade de atmosferas que faz deles obras de arte diversificadas e articuladas*» (1975: princípio 1º).

Dez anos mais tarde, em 1985, face à importância do património arquitetónico como um testemunho inestimável do passado e um bem comum a todos os europeus, os Estados membros do Conselho da Europa, assinaram a Convenção para a Salvaguarda

⁴⁹ 4º Encontro do Fórum Europeu de Responsáveis pelo Património (FERP).

do Património Arquitectónico da Europa – Granada⁵⁰, na qual declararam que a expressão «património arquitectónico» que se mantém na atualidade, deveria integrar os seguintes bens imóveis:

- *«Os monumentos: todas as construções particularmente notáveis pelo seu interesse histórico, arqueológico, artístico, científico, social ou técnico, incluindo as instalações ou os elementos decorativos que fazem parte integrante de tais construções;*
- *Os conjuntos arquitectónicos: agrupamentos homogéneos de construções urbanas ou rurais, notáveis pelo seu interesse histórico, arqueológico, artístico, científico, social ou técnico, e suficientemente coerentes para serem objecto de uma delimitação topográfica;*
- *Os sítios: obras combinadas do homem e da natureza, parcialmente construídas e constituindo espaços suficientemente característicos e homogéneos para serem objecto de uma delimitação topográfica, notáveis pelo seu interesse histórico, arqueológico, artístico, científico, social ou técnico.»*

(COE, 1985, art.º 1º)

Outra etapa importante ocorreu em 1969 com a Carta de Londres, ou Convenção Europeia para a Proteção do Património Arqueológico, ao determinar que «**bens arqueológicos**» são «*os vestígios e os objectos ou quaisquer outros indícios de manifestações humanas que constituem testemunho de épocas e civilizações, cujas principais fontes de informação científica são asseguradas por escavações ou por descobertas*» (1969: art.º 1º). Na sequência desta Carta, o ICOMOS, em 1990 ofereceu-nos outra contribuição valiosa, através da noção de «**património arqueológico**», na Carta sobre a Proteção e a Gestão do Património Arqueológico que inspirada pelo sucesso da Carta de Veneza (1964) sobre a conservação e o restauro de monumentos e sítios, foi criada em resposta internacional às crescentes ameaças a sítios arqueológicos. Esta Carta estabelece a definição de património arqueológico como: «*todos os vestígios da existência humana e consiste em sítios relacionados com todas as manifestações da actividade humana, estruturas abandonadas, e vestígios de todos os tipos (incluindo sítios subterrâneos e subaquáticos), bem como todos os materiais culturais transportáveis que lhes estão associados*» (ICOMOS, 1990: art.º 1º). Em 1992, na Convenção de Malta⁵¹ e na sequência das políticas de ordenamento do território, foi

⁵⁰ Ratificada por Portugal através da Resolução da Assembleia da República n.º 5/91, de 23 de Janeiro, Assembleia da República (Diário da República Série I-A – Número 19, de 23 de Janeiro de 1991).

⁵¹ Ratificada por Portugal através da Resolução da Assembleia da República n.º 71/97, de 16 de Dezembro, Assembleia da República (Diário da República Série I-A – Número 289, de 16 de Dezembro de 1997).

revista a Convenção Europeia para a Proteção do Património Arqueológico de 1964. Retomaram-se e completaram-se alguns princípios já enunciados anteriormente. Esta explicitou a questão dos **bens arqueológicos** e a noção de **património arqueológico**:

- *«[S]ão considerados elementos do património arqueológico todos os vestígios, bens e outros indícios da existência do homem no passado:*
 - *Cuja preservação e estudo permitam traçar a história da humanidade e a sua relação com o ambiente;*
 - *Cuja principal fonte de informação é constituída por escavações ou descobertas e ainda outros métodos de pesquisa relacionados com o homem e o ambiente que o rodeia; e*
 - *Localizados numa área sob jurisdição das Partes.*
- *O património arqueológico integra estruturas, construções, agrupamentos arquitectónicos, sítios valorizados, bens móveis e monumentos de outra natureza, bem como o respectivo contexto, quer estejam localizados no solo ou em meio submerso».*

(COE, 1992: art.º 1º)

Em 2001 e na sequência de um período dominado por uma crescente exploração comercial do património cultural subaquático e, sobretudo devido a determinadas atividades que propiciavam a sua venda, aquisição e troca de elementos, a UNESCO adotou a Convenção sobre a Proteção do Património Cultural Subaquático, na qual ficou expresso o significado de «**património cultural subaquático**»:

- *«[T]odos os vestígios da existência do homem de carácter cultural, histórico ou arqueológico, que se encontrem parcial ou totalmente, periódica ou continuamente, submersos, há, pelo menos, 100 anos, nomeadamente:*
 - *Sítios, estruturas, edifícios, artefactos e restos humanos, bem como o respetivo contexto arqueológico natural;*
 - *Navios, aeronaves e outros veículos, ou parte deles, a respetiva carga ou outro conteúdo, bem como o respetivo contexto arqueológico e natural; e*
 - *Artefactos de carácter pré -histórico».*

(UNESCO, 2001: a) do ponto 1 do art.º 1º)

Em consonância com a crescente vulnerabilidade das construções vernaculares (não eruditas), bem como ao seu caráter residual e à iminência do seu desaparecimento, em 1999, o ICOMOS estabeleceu os princípios para o tratamento e proteção deste património através da Carta sobre o Património Construído Vernáculo. Segundo a Carta, a **construção vernacula** é «*a forma tradicional e natural pela qual as comunidades*

habitam» (1999: Introdução), é motivo de orgulho de um povo e sendo um processo contínuo encerra as alterações e as constantes adaptações motivadas pelos fenómenos socioeconómicos e ambientais. Por outro lado, o **património construído vernáculo** é «*a expressão fundamental da cultura de uma comunidade, do seu relacionamento com o seu território e, ao mesmo tempo, a expressão da diversidade da cultura mundial*» (1999: Introdução). Como exemplos do vernáculo, o ICOMOS reconheceu:

- «*[U]ma maneira de construir partilhada pela comunidade;*
- *um carácter local ou regional reconhecível;*
- *coerência no estilo, na forma ou na aparência, ou o uso de tipos de construção tradicionalmente estabelecidos;*
- *sabedoria tradicional no projecto e na construção, que é transmitida informalmente;*
- *uma resposta efectiva às restrições funcionais, sociais e ambientais;*
- *a aplicação efectiva de sistemas e de ofícios de construção tradicionais.*

(ICOMOS, 1999: ponto 1 das Questões Gerais)

Ainda no referente ao património material cultural e natural e à sua interdependência com o património cultural imaterial, abonatório de um desenvolvimento sustentável plenamente reconhecido através de uma série de documentos internacionais, incluindo a Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural (2001) da UNESCO, esta mesma organização, na sua reunião de 2003, aprovou a Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial. Neste contexto, entendeu-se por **património cultural imaterial**: «*as práticas, representações, expressões, conhecimentos e competências – bem como os instrumentos, objectos, artefactos e espaços culturais que lhes estão associados – que as comunidades, grupos e, eventualmente, indivíduos reconhecem como fazendo parte do seu património cultural*» (UNESCO, 2003: ponto 1 do art.º 2º).

Nesta Convenção foram igualmente definidos os domínios em que este tipo de património se manifesta:

- «*[T]radições e expressões orais, incluindo a língua como vector do património cultural imaterial;*
- *artes do espectáculo;*
- *práticas sociais, rituais e actos festivos;*
- *conhecimentos e usos relacionados com a natureza e o universo;*

- *técnicas artesanais tradicionais*».

(UNESCO, 2003: ponto 2 do art.º 2º)

E nesta série de testemunhos de dupla volta de influências recíprocas, entre conservação, património e turismo, em 2008, o ICOMOS apresentou a Carta dos Itinerários Culturais. Os **Itinerários Culturais** compreendidos como «*uma via de comunicação terrestre, aquática, mista ou outra, determinada materialmente, com uma dinâmica e funções históricas próprias, ao serviço dum objectivo concreto e determinado*» (ICOMOS, 2008: Definição), enriquecem quer mensagem espiritual do passado, quer a contemporânea, ao apoiarem-se nos elementos patrimoniais tangíveis enquadrados num cenário onde os elementos intangíveis lhes conferem sentido e significação.

No cerne do conceito de itinerário cultural, a Carta defende as condições que deve reunir:

- «*[S]er o resultado e o reflexo de movimentos interactivos de pessoas e de trocas pluridimensionais contínuos e recíprocos dos bens, das ideias, dos conhecimentos e dos valores sobre os períodos significativos entre povos, países, regiões ou continentes;*
- *ter gerado uma fecundação mútua, no espaço e no tempo, das culturas implicadas, que se manifeste tanto no seu património tangível como intangível;*
- *ter integrado, num sistema dinâmico, as relações históricas e os bens culturais associados à sua existência*».

(ICOMOS, 2008: Definição)

Por conseguinte, a Carta reconheceu alguns exemplos de itinerários culturais, sobrevivendo da vontade humana com o intuito de atingir um determinado objetivo: o Caminho de Santiago, a Rota da Seda e as Estradas do Império Romano.

Segundo a Carta Internacional do Turismo Cultural (1999), sendo o turismo «*uma força positiva para a conservação natural e cultural*» (1999: A Interação Dinâmica entre o Turismo e o Património Cultural), os itinerários culturais, olhados como recurso turístico, poderão ser um passo determinante para o desenvolvimento sustentável.

A relação entre património e turismo em espaço rural está patente em diversos estudos efetuados em Portugal:

«Nunca é demais insistir no processo de diversificação, modernização e multifuncionalidade do mundo rural, o qual se sustenta em medidas de apoio ao turismo rural e à criação de marcas e

produtos de qualidade, ancorados num contexto de inadequação dos recursos humanos locais e actividades económicas. Este contexto, a nosso ver, favorece, notoriamente, a criação de ofertas turísticas de características marcadamente selectivas, duplamente codificadas pelo património natural e pelo património histórico-cultural».

(Lourenço, 2005: 6)

Segundo António Ferreira, apesar do perfil dos turistas do meio rural ser muito diversificado, todos manifestam um interesse preponderante em relação ao património da região, porque neste tipo de turismo, o que está «*em causa é a aquisição de bens e serviços por parte dos turistas, a oportunidade de vender artigos locais, cultura e natureza, cujos benefícios no campo económico são reais. A atracção que as áreas rurais despertam nos turistas é, pois, compósita dado que, a cultura, o artesanato, a gastronomia, entre outros aspectos, são o móbil do turismo*» (Ferreira, 2004: 64).

1.3 MARCO METODOLÓGICO

1.3.1 HIPÓTESES DE TRABALHO

Os primórdios do Turismo na Madeira continuam envoltos numa névoa de hipóteses, carecendo de estudos elaborados em profundidade. Para isso têm contribuído as fracas fontes existentes e a dificuldade de acesso a algumas delas.

Segundo Iolanda Silva, o turismo na Madeira remonta ao século XV, embora de forma incipiente nessa fase inicial, ao longo das centúrias seguintes foi sendo estruturado através de «*movimentos conjunturais que foram moldando a sua vocação primitiva*» (1985: 6).

A Madeira, graças à sua posição geográfica e ao quadro atlântico europeu entre os séculos XV e XVIII, emergiu em diferentes áreas «*registando aspectos da sua geologia, fauna, flora, antropologia, orografia, clima e beleza paisagística*» (Silva, 1985: 6), tendo-lhe por isso sido atribuídos diversos epítetos, pelos quais ainda é conhecida na atualidade: «A Ilha dos Amores», «O Recanto do Paraíso», «A Pérola do Atlântico», entre outros.

Para além de Iolanda Silva, outros investigadores consideram que o turismo na Madeira remonta ao século da sua descoberta, no entanto, para outros é um destino turístico marcado por uma experiência de cerca de 200 anos. No que concerne o TER, a prática é recente e como já foi referido anteriormente carece de estudos aprofundados.

Partindo do princípio que as hipóteses são suposições ou soluções antecipadas do problema objeto da investigação que nos auxiliam a orientar a pesquisa, para a presente investigação foram lançadas as seguintes hipóteses:

1 – O desenvolvimento turístico das Casas de Campo na ilha da Madeira contribui para a recuperação e preservação do património regional.

2 – O perfil do visitante das Casas de Campo na Madeira possui especificidades face aos perfis de outros destinos turísticos.

3 – As motivações turísticas deste visitante não se fundamentam unicamente no património natural. O património cultural da Ilha possui uma relativa representatividade.

4 – A oferta turística das Casas de Campo não se encontra perfeitamente adequada à procura turística.

5 - A elaboração de um Guia de Boas Práticas dirigido às Casas de Campo é fundamental para o desenvolvimento sustentável deste tipo de turismo.

Foi nossa pretensão demonstrá-las e validá-las ao longo do trabalho.

1.3.2 ENQUADRAMENTO E OBJETIVOS

Sendo a atividade turística uma área multidisciplinar, esta tese de doutoramento reuniu duas áreas de conhecimento que em nosso entender é relevante mencionar, a do Turismo e a do Património e circunscreveu-se a uma pesquisa sobre o Turismo em Espaço Rural na Madeira e o Património, com especial incidência para a modalidade Casas de Campo.

Portugal considera o turismo como um setor estratégico no desenvolvimento da sua economia, sendo a Madeira uma das principais áreas recetoras de turistas do país. Por outro lado, o património tem vindo a assumir uma relevância particular na oferta turística de qualquer destino turístico.

No último quartel do século XIX, o turismo era um setor em crescimento e num cenário caracterizado pelo êxodo rural, o TER emergiu, quer no espaço europeu, quer em Portugal como uma forma de solucionar um conjunto de dificuldades. A sua implementação potenciaria a fixação das populações e o desenvolvimento económico nas zonas rurais, assim como seria o propulsor ideal para a recuperação, preservação e valorização dos recursos patrimoniais e ambientais:

«[A] crédito no turismo, não como uma bandeira para o desenvolvimento, mas, como um potencial motor e veículo para esse desenvolvimento, que se quer integrado e valorativo dos componentes essenciais à construção equilibrada de um território: a sua população, o seu património (cultural e natural), e a economia».

(Burnay, 2006: 167)

O turismo no espaço rural pode seguir diferentes desenhos e promover diferentes valores consoante o espaço envolvente, tornando interessante investigar a relação entre as intenções do seu lançamento e a atual implementação, à luz das reações que provoca.

Este estudo centrou-se no desenvolvimento do turismo no espaço rural na Madeira com enfoque especial para a modalidade Casas de Campo e nas implicações da sua concretização para a preservação e recuperação do património regional, procurando contribuir para o conhecimento aprofundado do desenvolvimento do TER na Ilha.

Na abordagem ao objeto de estudo do TER foram utilizados dois contextos de observação distintos e complementares: o TER na Ilha e a modalidade Casas de Campo.

Para a escolha da modalidade Casas de Campo, para além da nossa forte motivação pessoal, contribuíram outros fatores que condicionaram os nossos critérios.

Os principais condicionadores da nossa opção foram o número exíguo de unidades de alojamento TER na Madeira nas restantes modalidades e a preferência pelas unidades de alojamento/modalidade, na qual registámos maior número de responsáveis que acederam colaborar no presente estudo.

Nesta perspetiva e em termos genéricos, foram definidos para esta investigação os seguintes objetivos:

1 - Analisar o impacto do desenvolvimento do turismo no espaço rural - Casas de Campo - na ilha da Madeira na recuperação e preservação do património regional;

2 – Identificar o Perfil do Visitante que procura as Casas de Campo na ilha da Madeira, face à segmentação que domina os usufruidores do TER;

3 – Descortinar quais as atrações turísticas principais do património madeirense para este tipo de visitante;

4 – Verificar se a oferta TER (Casas de Campo na Madeira) se encontra adequada à Procura;

5 - Apresentar um Guia de Boas Práticas para o Turismo no Espaço Rural - Casas de Campo, na ilha da Madeira.

1.3.3 METODOLOGIA E ETAPAS DA PESQUISA

A ideia principal deste estudo foi analisar a relação entre o turismo no espaço rural, «Casas de Campo na Madeira», nas duas últimas décadas e o património da Ilha com a finalidade de que as conclusões possam ajudar a definir estratégias futuras. Foi igualmente nossa pretensão verificar o impacto deste tipo de turismo na recuperação e preservação do património regional. Para essa análise tornou-se fundamental descobrir o perfil do visitante que procura este tipo de turismo. Com base na análise dos dados recolhidos pretendemos elaborar um guia da Boas Práticas para as Casas de Campo na Madeira.

O desenho experimental escolhido para o presente estudo conjugou diferentes técnicas e estratégias com a finalidade de alcançar os objetivos propostos e evitar percalços que pudessem ocorrer ao longo do estudo. Sendo a investigação turística a:

«[F]ormulación de preguntas, la sistemática colección de información para responder a esas preguntas y la organización y análisis de los datos con el fin de obtener pautas de comportamiento, relaciones y tendencias que ayuden al entendimiento del sistema, a la toma de decisiones o a la construcción de predicciones bajo el abanico de varios escenarios alternativos de futuro».

(OMT, 2001: 4)

Partimos de uma investigação de carácter qualitativo com a finalidade de obter informação para compreender as posturas dos diferentes atores do turismo e o significado das suas práticas, a qual nos facilitou a elaboração do desenho da nossa investigação e numa fase final ajudou-nos a relacionar e interpretar as diferentes variáveis, complementando a informação quantitativa disponível.

Esta opção, de conjugação dos métodos qualitativos e quantitativos fundamentou-se na inexistência de investigação nesta área na ilha da Madeira e na necessidade de encontrar dados que nos permitissem efetuar esta investigação e que no futuro pudessem ser utilizados em outros trabalhos.

Na verdade, a investigação quantitativa baseia-se essencialmente na análise dos dados proporcionados pelas diferentes fontes de informação, sendo uma forma de obter resultados conclusivos que envolvem amostras representativas, significativas, abarcando procedimentos estruturados de recolha de dados, daí a importância da precisão estatística na obtenção da amostra, o desenho dos inquéritos e as fontes de informação.

A investigação de caráter exploratório, descritiva e causal, sustentada pela revisão bibliográfica permitiu-nos proceder ao reconhecimento de uma realidade deficientemente estudada, estabelecer hipóteses para verificação ao longo do estudo e apurar conclusões sobre o perfil do visitante TER na Madeira e a inter-relação entre este sector turístico e o património madeirense, na sua vertente de recurso turístico.

Julgamos relevante salientar que a metodologia aqui explicitada deverá ser percebida numa ótica global, sistémica e interdependente e, não numa simples acumulação de diferentes técnicas.

Segundo Bunge (1990), sendo o método científico «*el conjunto de etapas y reglas que señalan el procedimiento para llevar a cabo una investigación cuyos resultados sean aceptados como válidos para la comunidad científica*» (Cit. in OMT, 2001:5), optámos por restringir a finalidade da nossa investigação a uma questão inicial: Que tipo de património motiva a deslocação dos turistas que procuram as Casas de Campo na ilha da Madeira?

Com base nesta linha de orientação, a nossa investigação decorreu dentro de seis etapas de pesquisa.

A primeira etapa foi a de planeamento da investigação que se circunscreveu, partindo da concretização da ideia da investigação, na identificação do problema, estabelecimento de objetivos, estruturação de hipóteses e estratégias a seguir. Nesta fase realizámos uma recolha preliminar de informação que nos permitiu conhecer os diferentes contributos já existentes sobre o assunto. Analisámos as teorias e a pesquisa já efetuada nesta área, assim como os métodos desenvolvidos para compreendermos a fiabilidade dos seus resultados. Esta fase culminou com a seleção e gestão prévia da informação disponível.

Iniciámos a segunda etapa com uma revisão da literatura. A pesquisa documental permitiu-nos selecionar, tratar e interpretar a informação que se tem vindo a produzir nesta área que muito nos auxiliou na delimitação do objeto de estudo. Para esta resolução pesaram três critérios fundamentais: o da familiaridade, o da afetividade e o dos recursos. No que concerne o primeiro critério, durante a formação inicial do presente doutoramento já havíamos efetuado estudos quer na área do TER, quer na do Património relativos à ilha da Madeira, ambos resultantes de uma forte motivação pessoal. Quanto aos recursos, tínhamos conhecimento da inexistência de estudos na área do TER na Madeira, embora tivéssemos conhecimento que não teríamos grande

dificuldade na obtenção de alguns dados. Esta etapa terminou com a definição das hipóteses, definição das variáveis e seleção do processo de investigação.

Na terceira etapa definimos a modalidade de TER a estudar na Madeira, tendo elegido as Casas de Campo. Após delimitado o tipo de amostra, seguiu-se a definição de estratégias de recolha e tratamento de dados, centrada na elaboração dos inquéritos/entrevistas dirigidos aos proprietários ou representantes das unidades de alojamento e dos questionários dirigidos aos visitantes dessas unidades de alojamento.

A quarta etapa pautou-se pela visita às unidades de alojamento que aceitaram colaborar no processo de investigação em curso. Aquando das visitas foram realizadas as entrevistas aos proprietários e/ou representantes das Casas de Campo, a quem entregámos os questionários, nos idiomas solicitados, a serem lançados aos visitantes.

Ainda nesta fase, após a recolha dos questionários passámos ao tratamento dos dados, utilizando programas estatísticos que nos permitiram a triangulação das variáveis que pretendíamos estudar.

Na quinta etapa foram analisados e interpretados os resultados dos dados obtidos. A partir desse momento iniciámos o processo de construção do texto de todo o corpo da investigação, com a respetiva aplicação aos objetivos propostos. Com o intuito de explicitarmos o conteúdo das nossas afirmações, recorreremos à expressão gráfica de alguns dados e à utilização de uma linguagem clara no nosso discurso.

Por fim, na sexta e última etapa deparámo-nos com as conclusões, onde tentámos registar as principais ideias e resultados de todo o processo de investigação.

1.3.4 FONTES E TÉCNICAS DE INVESTIGAÇÃO

A análise de certas realidades subjacentes ao TER na Madeira, sob uma linha de orientação centrada na intenção de acompanhar o ritmo de uma sociedade em constante mudança, exige um estudo de carácter sistemático e rigoroso dessa realidade. Para atingir esse objetivo sentimos necessidade de recorrer a um conjunto de instrumentos, nos quais os critérios de rigor e a coerência se adequassem à temática subjacente.

Para a prossecução dos nossos objetivos foi necessária uma pesquisa bibliográfica sobre a temática abordada e os conceitos implicados. Apesar do nosso conhecimento anterior sobre a região e o seu património, cedo compreendemos que era fundamental conhecer em profundidade os seus recursos e potencialidades turísticas na esfera do turismo em espaço rural.

Neste sentido recorreremos a fontes primárias e secundárias. No que concerne a análise documental, salientamos o recurso a periódicos, revistas científicas, atas de congressos, teses doutorais, *sites* da internet, bases de dados de informação estatística de organismos nacionais e internacionais e outra literatura já publicada sobre turismo, património e em particular sobre o turismo no espaço rural, o que nos permitiu esboçar o retrato do turismo no espaço rural e do património na ilha da Madeira e da forma como estes se inter-relacionam. Ainda em termos de observação procedemos à recolha de dados fornecidos por organismos oficiais, nacionais e internacionais, entre outros: Instituto Nacional de Estatística (INE); Turismo de Portugal, I. P; *World Travel & Tourism Council* (WTTC); Organização Mundial de Turismo (OMT); Organização das Nações Unidas (ONU) – *United Nations* (UN); *United Nation Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO); Conselho da Europa (COE); Conselho Internacional dos Monumentos e Sítios (ICOMOS).

É de salientar que em relação à pesquisa bibliográfica, optámos por manter o idioma original nas citações que incluímos no nosso texto, umas vezes em inglês, outras em espanhol e também em português. Em nosso entender, este procedimento assegura a qualidade da temática em estudo. Por outro lado, outros fatores contribuíram para esta escolha, entre eles: a língua inglesa ser a mais utilizada no «turismo», área de conhecimento primordial da presente investigação; o presente doutoramento estar a ser efetuado numa universidade espanhola e por último, porque o idioma original de apresentação desta tese é o português.

Ao longo da nossa investigação deparámo-nos com diversos obstáculos na obtenção de informação relativa a estatísticas do TER e aos calendários de festivais e eventos. No que concerne a informação estatística, por um lado, os dados disponibilizados eram escassos e por outro, verificámos que existiam duas fontes oficiais, a Direção Regional de Turismo (DRT) e a Direção Regional de Estatística da Madeira (DREM), as quais apresentavam algumas discrepâncias relativamente a certos dados. Por este motivo optámos por utilizar apenas os dados da DREM, a quem tivemos de solicitar dados específicos e detalhados, uma vez que a informação difundida era parca para a nossa investigação. Neste âmbito, considera-se fundamental a existência de estudos que possibilitem a disponibilização da informação recolhida pela DREM, de forma suficiente e adequada aos diferentes públicos que dela necessitem.

A elaboração dos calendários de festivais e eventos apresentados nesta investigação só foi possível graças ao recurso à comunicação social, mais especificamente aos periódicos locais onde encontramos a informação em falta. Consideramos por isso fundamental a existência de estudos que procedam à inventariação destes calendários e que promovam a respetiva divulgação.

Conforme já referimos anteriormente, a inexistência de estudos na área do TER na Madeira, confrontou-nos com a necessidade de elaborar entrevistas semiestruturadas e inquéritos por questionário, realizados em profundidade, a um conjunto de informadores, em particular a empresários e turistas. Estes forneceram-nos dados valiosos através das informações recolhidas, uma vez que nos possibilitaram a validação das hipóteses colocadas e a identificação do perfil do visitante em estudo.

As entrevistas dirigidas aos proprietários ou representantes das unidades de alojamento foram essencialmente entrevistas formais semiestruturadas com perguntas abertas, focadas predominantemente nos conhecimentos e opiniões do entrevistado, características de uma situação de sondagem. Apesar da entrevista ter sido conduzida por um guião previamente definido, o grau de interação entre entrevistador e entrevistado enquadrou-se sobre a forma de um diálogo fluido, permitindo ao entrevistado um grau de liberdade nos temas a abordar e na ordem dos mesmos, assim como na introdução de outras temáticas que se julgassem pertinentes perante cada caso específico.

Das 34 Casas de Campo existentes na ilha Madeira, 16 casas aceitaram colaborar no presente estudo, o que assegurou uma boa representatividade da amostra (47%), em relação ao número de empreendimentos e localização geográfica, assim como ao

número de respostas às entrevistas, relativamente ao universo em questão, como decorre do quadro e da representação cartográfica seguintes:

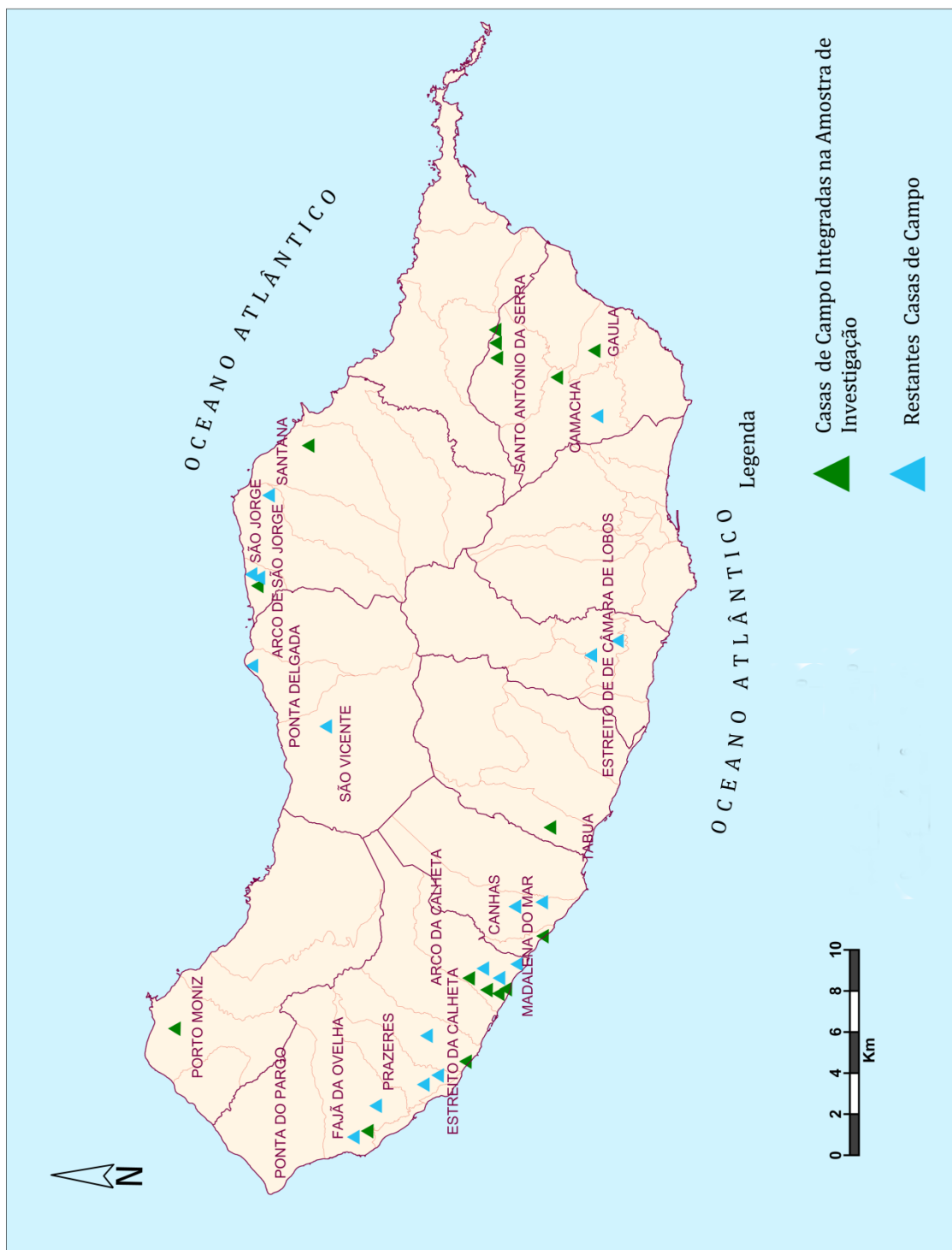
Quadro 5 – Localização das Casas de Campo – Concelhos

Concelho	Universo		Amostra		Taxa de Resposta (%)
	Nº de Casas	%	Nº	%	
Calheta	14	41,1	6	37,5	42,8
Câmara de Lobos	2	5,8	0	0,0	0,0
Ponta do Sol	3	8,8	1	6,3	33,3
Porto Moniz	1	2,9	1	6,3	100,0
Ribeira Brava	1	2,9	1	6,3	100,0
Santa Cruz	6	17,6	5	31,3	83,3
Santana	5	14,7	2	12,5	40,0
São Vicente	2	5,8	0	0,0	0,0
TOTAL	34	--	16	--	47,0

Amostra: Nº de empreendimentos e nº de entrevistas aos proprietários/representantes.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por DRT (2012) e Entrevista aos Proprietários/Representantes das Casas de Campo (2012).

Figura 19 – Representatividade da Amostra de Investigação



Base cartográfica cedida pela Direção Regional do Ordenamento do Território e Ambiente.
Elaboração própria.

Paralelamente procedemos ao lançamento de entrevistas semelhantes às anteriormente mencionadas e dirigidas aos representantes dos órgãos diretivos da única associação de proprietários, existente na Madeira, denominada Associação Madeira Rural. Estas entrevistas incluíram tópicos como: início da atividade, número de sócios, objetivos, missão, políticas e medidas de intervenção e pareceres sobre o desenvolvimento atual e futuro do TER na Madeira.

Os inquéritos por questionário, lançados aos visitantes com questões de resposta fechada, subdividiam-se em três partes: a primeira, a visita à localidade; a segunda, o visitante e a terceira, o grau de satisfação. Na «visita à localidade» as questões incidiram sobre as motivações, organização da viagem e atividades durante a visita. A parte do «visitante» continha questões relacionadas com o perfil do visitante, desde o local de residência habitual, nacionalidade, faixa etária, nível de estudos, situação e ocupação profissional, entre outras. Quanto ao «grau de satisfação do visitante» houve a preocupação de conhecer o grau de satisfação em dois contextos: no da localidade visitada com enfoque especial para a questão do património e no do alojamento utilizado. Ainda nesta última parte do questionário foi lançada uma questão de resposta aberta para que o visitante pudesse apresentar as suas sugestões sobre o alojamento, convidando-o a participar no processo de melhoria contínua da unidade de alojamento e consequentemente no desenvolvimento sustentável do TER na Madeira.

Inserimos no início do questionário uma nota preliminar que explicitava os seus objetivos. Na elaboração do questionário tivemos em linha de conta as principais características que um instrumento deste género deve ter: objetividade, clareza, precisão, correção e duração limitada. Por outro lado, foi testado e corrigido antes de ter sido lançado aos visitantes que compuseram a amostra deste estudo.

Optámos por entregar os exemplares dos questionários a serem preenchidos pelos visitantes, entre os meses de junho e outubro de 2012, aos proprietários ou representantes das Casas de Campo. Solicitámos aos proprietários/representantes que os questionários fossem entregues a todos os visitantes que aceitassem participar na investigação e que pertencessem a uma mesma reserva de alojamento, incluindo visitantes menores. Reconhecemos a possibilidade de alguns constrangimentos nesta metodologia, em especial num eventual condicionamento das respostas por parte dos visitantes perante a presença dos proprietários/representantes dos empreendimentos, sabendo que seriam recolhidos pelos mesmos e possivelmente consultados. No entanto pareceu-nos ser a metodologia que melhor responderia às necessidades da investigação.

A inquirição direta aos visitantes seria uma tarefa incomportável, atendendo à dispersão geográfica dos estabelecimentos, à baixa taxa de ocupação-cama destes empreendimentos e ao horário irregular em que os visitantes se encontrariam no alojamento, uma vez que a maioria destes empreendimentos não oferecia refeições. A estes motivos, acresce uma outra ocorrência, a declaração por parte dos proprietários/representantes de não desejarem que os seus hóspedes fossem incomodados nas horas de descanso.

As respostas aos inquéritos por questionário asseguraram igualmente uma boa representatividade da amostra comparativamente ao universo em questão, quer considerando a localização geográfica das casas, quer a capacidade de alojamento, em termos do número camas disponíveis para os visitantes, de acordo com o quadro que apresentamos seguidamente:

*Quadro 6 – Capacidade de Alojamento- Casas de Campo
(Nº de Camas por Concelho)*

Concelho	Universo		Amostra		Taxa de Resposta (%)
	Nº de Camas	%	Nº	%	
Calheta	141	37,9	57	34,8	40,4
Câmara de Lobos	14	3,8	0	0,0	0,0
Ponta do Sol	19	5,1	8	4,9	42,1
Porto Moniz	14	3,8	17	10,4	121,4
Ribeira Brava	7	1,9	13	7,9	185,7
Santa Cruz	72	19,4	52	31,7	72,2
Santana	75	20,2	17	10,4	22,7
São Vicente	30	8,1	0	0,0	0,0
TOTAL	372	--	164	--	44,1

Amostra: Nº de respostas ao «Questionário do Visitante».

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por DRT (2012) e Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

De acordo com o quadro anterior a amostra foi considerada fiável, uma vez que as 164 respostas ao «Questionário ao Visitante» representaram 44,1% da capacidade de alojamento total das Casas de Campo na ilha da Madeira. No que concerne a sua distribuição geográfica ocorreu uma sobre representatividade de respostas nos concelhos de Porto Moniz e Ribeira Brava, tendo os restantes concelhos apresentado percentagens equilibradas. A amostra sobredimensionada nestes dois concelhos poderá ser compreendida com suporte em dois motivos; o primeiro, por só existir em cada um

destes concelhos uma «Casa de Campo» e o segundo, porque essas duas Casas de Campo colaboraram na investigação com uma forte disponibilidade e motivação por parte dos respetivos proprietários/representantes.

Dos oito concelhos da ilha da Madeira onde se encontram as Casas de Campo, seis participaram na investigação, pelo que apenas dois concelhos apresentaram uma taxa de resposta na ordem dos 0,0%, o que nos permitiu aferir que em relação à distribuição geográfica, conseguimos uma amostra bastante fiável, a qual encerrou 75% da área de localização das Casas de Campo na Madeira.

O presente estudo foi complementado pela visita do investigador às Casas de Campo que acederam colaborar, tendo por objetivo aprofundar o seu conhecimento sobre a unidade de alojamento e o meio envolvente. Estas visitas permitiram-nos comparar aquilo que observávamos com os conhecimentos adquiridos anteriormente e tirar conclusões pertinentes que nos auxiliaram a descrever e interpretar a realidade em questão.

1.3.5 ESTRUTURA DO TRABALHO

A presente tese foi dividida em seis capítulos.

O Capítulo I foi dedicado à apresentação da estrutura teórica e metodológica que norteou a nossa investigação, tendo sido enunciados os antecedentes, o marco teórico e conceptual do trabalho, as hipóteses, o enquadramento e principais objetivos, o marco metodológico e etapas de pesquisa, as fontes e técnicas de investigação e a estrutura adotada.

A configuração do Turismo em Espaço Rural na Madeira, desenhada no Capítulo II, pretendeu ilustrar o desenvolvimento do TER na Madeira, com um enfoque particular na modalidade Casas de Campo, assim como o retrato do perfil do Visitante TER. O produto turístico TER foi estudado na perspetiva da oferta e da procura turística. Foram focados os estabelecimentos, a sua distribuição no espaço territorial, a estimativa de dormidas e mercados emissores, as taxas de ocupação, a sazonalidade e, por último, a perceção dos proprietários/representantes sobre a evolução do TER na Ilha e as dificuldades que persistem na atualidade. Quanto ao perfil do visitante das Casas do Campo na Madeira, foram traçadas as características sociodemográficas e económicas, os contornos da respetiva viagem, as motivações subjacentes e a visita à localidade. Por fim, o perfil esboçado foi confrontado com a opinião que os proprietários/representantes formavam dos seus hóspedes. Ainda neste capítulo, através dos dados apurados, foi igualmente debatida a sustentabilidade e os impactos ambiental, económico e sociocultural deste tipo de turismo na Ilha.

No Capítulo III foi apresentado o património regional da Madeira, subdividido em património Natural e Cultural. O património natural, através do Parque Natural da Madeira e da sua Floresta Laurissilva, considerada Património Mundial pela UNESCO em 1999, destaca-se na apresentação, uma vez que representa uma parte significativa da área territorial em estudo, com características especiais para o desenvolvimento sustentável do TER na Madeira. Quanto ao património cultural foram fornecidos elementos relativos aos imóveis classificados e às atividades culturais e tradicionais, por concelho, enquanto os museus, a gastronomia, o vinho e o artesanato foram objeto de estudo numa ótica global em relação à Ilha, face à sua transversalidade na Madeira.

Assim, no Capítulo IV foram discutidas as iniciativas de desenvolvimento que têm ancorado o TER na Madeira, com enfoque especial para o papel do Estado no desenvolvimento sustentável do TER, o envolvimento comunitário e o associativismo,








tendo sido apresentado o reduzido número de associações existente na Ilha para este tipo de turismo.

O Capítulo V cumpre com um dos objetivos da presente investigação. Iniciou-se por uma apreciação mais fina do cenário composto por estas unidades de alojamento, fortalecido por elementos adicionais fundamentados na opinião dos visitantes para que o leitor pudesse conquistar uma ideia mais sustentada sobre a situação atual destes empreendimentos, numa perspetiva da qualidade da oferta e da necessidade premente de elaboração de um Guia de Boas Práticas para as Casas de Campo na Madeira, cuja apresentação operacionalizou todo o trabalho desenvolvido ao longo da nossa investigação.

Por fim, no Capítulo VI, as Sínteses e Conclusões traduzem e colocam em evidência os resultados alcançados na presente investigação. Confrontaram-se os dados apurados com as hipóteses colocadas, demonstrando-as e validando-as. Nas conclusões gerais refletiu-se sobre carências descobertas e apresentou-se algumas propostas de melhoria, através das quais julgamos ter oferecido um contributo significativo para a valorização e desenvolvimento sustentável das Casas de Campo na ilha da Madeira.

Na perspetiva de identificar de uma forma sucinta os objetivos e a metodologia seguidos na presente investigação elaborámos um quadro que apresentamos na página seguinte.

Quadro 7 – Resumo dos Objetivos e Metodologia da Investigação

Período de Planeamento da Investigação (Observação, definição da temática, identificação do problema, estruturação de hipóteses, estabelecimento de objetivos e estratégias)					
					
Hipóteses	O desenvolvimento turístico das Casas de Campo na ilha da Madeira contribui para a recuperação e preservação do património regional.				
	O perfil do visitante das Casas de Campo na Madeira possui especificidades face aos perfis de outros destinos turísticos.				
	As motivações turísticas deste visitante não se fundamentam unicamente no património natural. O património cultural da Ilha possui uma relativa representatividade.				
	A oferta turística das Casas de Campo não se encontra perfeitamente adequada à procura turística.				
	A elaboração de um guia de boas práticas dirigido às Casas de Campo é fundamental para o desenvolvimento sustentável deste tipo de turismo.				
					
Objetivos Gerais	Objetivo 1	Objetivo 2	Objetivo 3	Objetivo 4	Objetivo 5
	Recuperação e Preservação do Património Regional	Perfil do Visitante	Atrações Turísticas Principais	Adequação da Oferta à Procura	Guia de Boas Práticas
	Analisar o impacto do desenvolvimento do turismo no espaço rural - Casas de Campo - na ilha da Madeira na recuperação e preservação do património regional.	Identificar o Perfil do Visitante que procura as Casas de Campo na ilha da Madeira, face à segmentação que domina os usufruidores do TER.	Descortinar quais as atrações turísticas principais do património madeirense para este tipo de visitante.	Verificar se a oferta TER (Casas de Campo na Madeira) se encontra adequada à Procura.	Apresentar um Guia de Boas Práticas para o Turismo no espaço rural - Casas de Campo, na ilha da Madeira.
	Efetuar um levantamento do património natural e cultural, em especial o já classificado, na Madeira.	Estabelecer o Perfil do Visitante das Casas de Campo na ilha da Madeira.	Conhecer o Motivo principal da deslocação do Visitante TER à ilha da Madeira.	Estudar os elementos que compõem a Oferta Turística das Casas de Campo na Madeira.	Analisar a situação atual das Casas de Campo na Madeira.
Objetivos Específicos	Constatar se a recuperação e preservação do património regional tem sido uma das rubricas das políticas regionais da RAM.	Estudar os perfis dos visitantes TER em outros destinos turísticos.	Conhecer as motivações específicas que estiveram por base na seleção do TER - Casas de Campo na Madeira.	Analisar a Procura Turística das Casas de Campo na Madeira.	Estabelecer o conjunto de Boas Práticas que se adequem às características deste tipo de Oferta Turística, na Madeira.
	Investigar se as Casas de Campo haviam sido fruto da recuperação e preservação de imóveis de interesse patrimonial e se continuam a dinamizar essas linhas de orientação.	Estabelecer uma comparação entre ambos os perfis e identificar as diferenças.	Interpretar e definir quais as atrações turísticas principais do património regional para o Visitante TER na Madeira.	Interpretar o grau de satisfação do Visitante que procura as Casas de Campo na Madeira.	Elaborar um guia de Boas Práticas que garanta as expectativas e necessidades dos visitantes de acordo com a Norma Portuguesa.
					
Fontes e Metodologia	Bibliografia	Bibliografia	Trabalho de campo (observação, visitas, entrevistas e inquéritos)	Bibliografia	Bibliografia
	Outras Fontes: Estatísticas, diplomas legais e periódicos			Outras Fontes: Estatísticas, diplomas legais e periódicos	Outras Fontes: Estatísticas, diplomas legais e Norma Portuguesa
	Trabalho de campo (observação, visitas, entrevistas)	Trabalho de campo (entrevistas e inquéritos)		Trabalho de campo (visitas, entrevistas e inquéritos)	Trabalho de campo (observação, visitas, entrevistas e inquéritos)
	Análise quantitativa e qualitativa das informações e dos dados				

Fonte: Elaboração Própria.

CAPÍTULO II

CONFIGURAÇÃO DO TURISMO NO ESPAÇO RURAL NA MADEIRA

2.1 O PRODUTO TURÍSTICO «TURISMO EM ESPAÇO RURAL»

O produto turístico TER no arquipélago da Madeira é mais recente do que em Portugal Continental.

Em 2012 estavam em funcionamento no arquipélago da Madeira oito unidades de turismo de habitação e 43 de turismo no espaço rural, com um total de 605 camas disponíveis⁵².

O número de dormidas estimadas foi de 51.096⁵³ (+16,8% que em 2011) que se traduziu por um acréscimo de 7.384 dormidas. O turismo doméstico que representou 6% do total, compreendeu 2.966 dormidas, enquanto os estrangeiros (94% do total) atingiram 48.100 dormidas.

O mercado alemão liderou com 39,6% do total, as dormidas dos estrangeiros.

A taxa de ocupação-cama foi de 22,9% que correspondeu a um acréscimo de 2,5 p.p.⁵⁴ em relação ao ano anterior de 2011⁵⁵.

Ao longo deste capítulo serão apresentadas as características particulares deste produto turístico.

Numa primeira fase será referido o enquadramento do TER na Região Autónoma da Madeira, analisando-se a capacidade de alojamento, a estimativa das dormidas e as taxas de ocupação-cama.

Na fase seguinte o estudo estará centralizado nas «Casas de Campo na ilha da Madeira», objeto da nossa investigação, no qual serão abordados os empreendimentos, os proprietários/representantes, a oferta e divulgação turística, a avaliação dos visitantes, a estimativa de dormidas e mercados emissores, as taxas de ocupação-cama, a sazonalidade e a perceção dos proprietários/representantes sobre TER na ilha da Madeira.

No final, será analisado o Perfil do Visitante das «Casas de Campo na Madeira», a sustentabilidade e os impactos ambiental, económico e sociocultural deste produto turístico.

⁵² Dados fornecidos pela Direção Regional de Estatística da Madeira (DREM).

⁵³ Os dados de 2012 são provisórios (DREM, 2013).

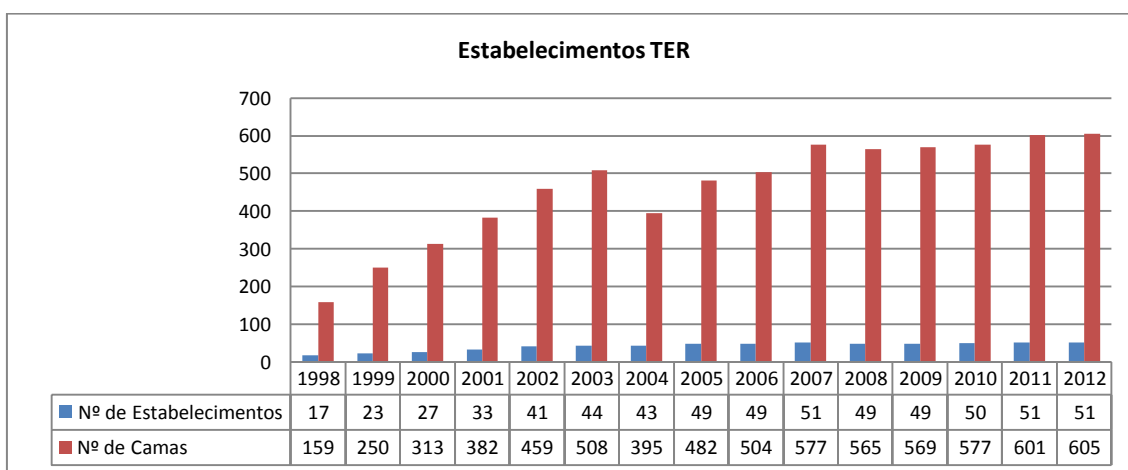
⁵⁴ «p.p.» é a abreviatura de «pontos percentuais».

⁵⁵ DREM, 2013.

2.1.1 A CAPACIDADE DE ALOJAMENTO

Quanto à Oferta Turística, os primeiros dados genéricos que conseguimos apurar, nesta fase, remontam a 1998, pelo que apresentámos uma evolução do número de estabelecimentos e do número de camas entre 1998 e 2012. À data de elaboração deste estudo, os dados relativos a 2012 eram ainda provisórios (ver gráfico 1).

Gráfico 1 – Estabelecimentos TER no Arquipélago da Madeira



Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por DREM, Estatísticas do Turismo da RAM.

Pela análise dos dados pudemos concluir que o progresso deste produto turístico na RAM, apesar de inicialmente ter espelhado um processo relativamente lento, sofreu um franco desenvolvimento entre os anos de 1998 e 2003, verificando-se uma quebra em 2004, imediatamente recuperada no ano seguinte, registando entre 2005 e 2012 um aperfeiçoamento ascendente que julgamos estar diretamente relacionado com as medidas de incentivo lançadas pelo Programa de Desenvolvimento Rural da Madeira (PRODERAM).

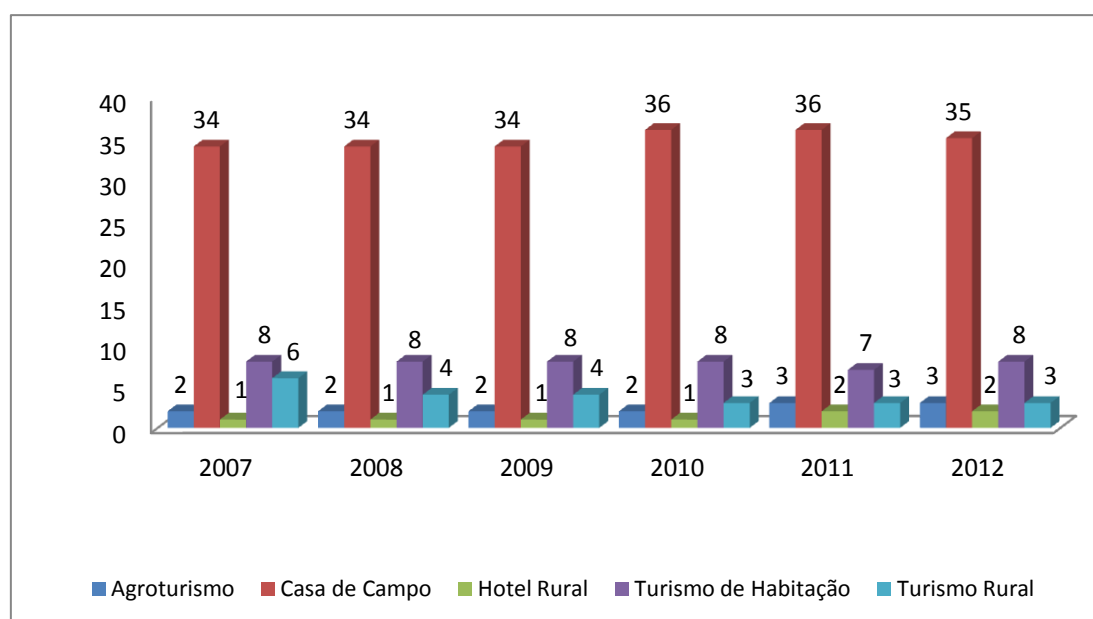
Relativamente às modalidades de hospedagem apurámos que no número de estabelecimentos, entre os anos de 2007 e 2012, assinalaram-se algumas alterações pouco significativas, possivelmente fruto da necessidade de reconversão das modalidades de hospedagem, decorrente do novo regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos, consagrado pelo Decreto-

Lei nº 39/2008⁵⁶, de 7 de março e posteriormente alterado pelo Decreto-Lei nº 228/2009, de 14 de setembro⁵⁷. O Turismo de Habitação apresentou um ligeiro decréscimo, na ordem dos 12,5 %, e o Turismo Rural sofreu uma quebra mais acentuada, na ordem dos 50%. Na modalidade de hospedagem «Turismo Rural» prevê-se o seu total desaparecimento até meados de 2014, no decurso da aplicação do diploma legal anteriormente referido.

As restantes modalidades registaram um acréscimo expressivo, nomeadamente o Agroturismo na ordem dos 50%, o Hotel Rural na ordem dos 100% e as Casas de Campo, na ordem dos 2,9 %. (ver gráfico 2).

Pela análise efetuada concluímos que na realidade o aumento significativo de estabelecimentos ocorreu sobretudo nas modalidades «Hotel Rural» e «Casas de Campo» (ver gráfico 2).

Gráfico 2 – Evolução do Número de Estabelecimentos por Anos e Modalidades



Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por DREM, Estatísticas do Turismo da RAM.

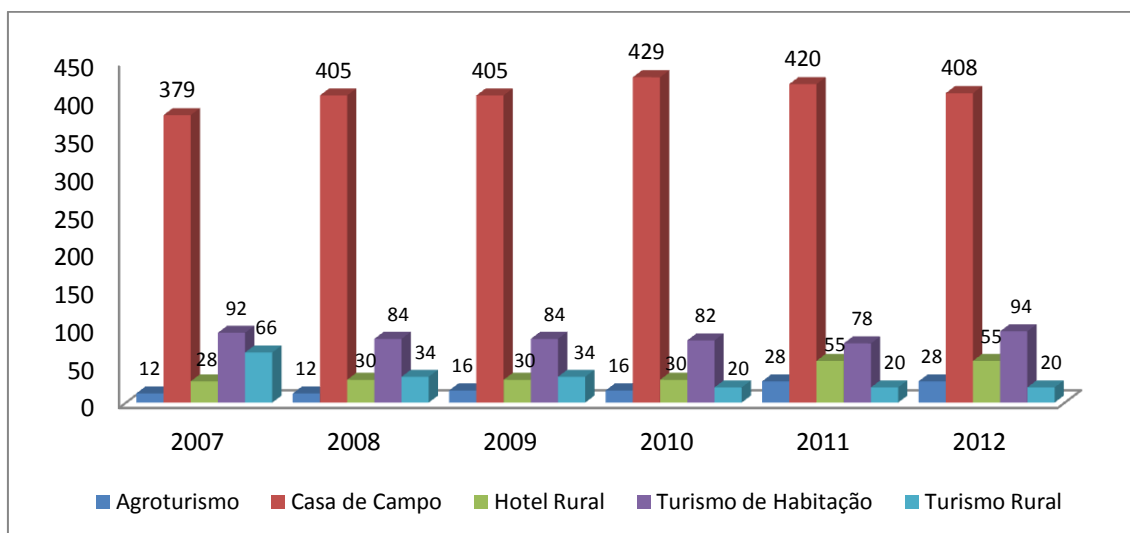
Quanto ao número de camas, os anos de 2007 a 2012 acompanharam as oscilações ocorridas com o número de estabelecimentos, nas modalidades de Turismo de Habitação e Turismo Rural e o acréscimo nas modalidades de Casas de Campo, Hotel

⁵⁶ Decreto-Lei nº 39/2008, de 7 de Março, do Ministério da Economia e Inovação (Diário da República I Série – Número 48, de 7 de Março de 2008).

⁵⁷ Decreto-Lei nº 228/2009, de 14 de Setembro, Ministério da Economia e da Inovação (Diário da República I Série – Número 178, de 14 de Setembro de 2009).

Rural e Agroturismo. Na modalidade Casas de Campo o crescimento foi contínuo entre 2007 e 2010, sendo que em 2011 e 2012 assinalou-se um ligeiro declínio, fruto essencialmente da reestruturação dos estabelecimentos em causa (ver gráfico 3).

Gráfico 3 – Evolução do Número de Camas por Anos e Modalidades



Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por DREM, Estatísticas do Turismo da RAM.

Neste momento e de acordo com a informação da Direção Regional de Turismo da RAM, ainda existem processos de reconversão pendentes, embora se julgue que durante o primeiro semestre de 2014⁵⁸, a situação esteja formalmente concluída.

⁵⁸ No início do ano de 2014, a situação ainda não estava formalmente concluída.

2.1.2 ESTIMATIVA DE DORMIDAS

O estudo da evolução das dormidas dos visitantes numa região é um relevante elemento de análise do comportamento da procura, uma vez que nos fornece indicações sobre a capacidade de retenção dessa região (Cunha, 2007: 78-79).

Preferimos utilizar como indicador as dormidas, em lugar das entradas, dado que o número de entradas não traduz necessariamente uma evolução favorável no número de dormidas, logo não espelhará de forma tão eficaz, a existência ou não de uma melhoria na procura turística regional do TER.

Por outro lado, o índice de preferência de um destino turístico, isto é, a sua capacidade de atração sofre alterações ao longo do tempo, pelo que é crucial avaliá-lo em termos das preferências que exerce sobre os mercados turísticos. E mais uma vez, a nível regional, o indicador mais adequado a utilizar na sua avaliação são as dormidas nas unidades de alojamento (Cunha, 2007: 96-98).

No plano das dormidas no TER e de acordo com o quadro seguinte, podemos afirmar que, entre o período de 1998 e 2012, o turismo em espaço rural no arquipélago da Madeira não sofreu alterações em relação aos seus mercados emissores.

Quadro 8 – Dormidas no TER por Países de Residência Habitual, na RAM

País de residência habitual	Anos														
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total	11.808	13.091	21.085	35.039	41.517	43.957	47.478	48.062	47.903	49.623	47.983	42.974	36.810	43.712	51.096
Portugal	2.610	1.190	1.573	2.364	3.468	3.353	5.072	4.010	5.000	6.753	4.494	4.920	4.913	3.913	2.996
Estrangeiro	9.198	11.901	19.512	32.675	38.049	40.604	42.406	44.052	42.903	42.870	43.489	38.054	31.897	39.799	48.100
Alemanha	6.514	6.078	10.667	9.589	22.149	21.723	21.625	20.308	18.759	20.040	18.910	18.010	13.865	15.869	20.250
Áustria	398	289	232	365	732	353	481	755	1.198	1.102	1.386	1.090	1.196	1.005	1.030
Bélgica	219	226	406	824	956	572	498	527	636	828	901	613	766	850	844
Dinamarca	17	450	1.028	70	102	253	48	215	189	398	379	201	284	232	271
Espanha	20	15	81	218	111	240	681	692	672	1.249	1.209	1.612	724	781	775
Finlândia	-	13	2	126	187	202	160	312	276	234	142	4	71	215	52
França	631	835	1.495	1.794	2.706	3.041	2.631	2.422	2.984	2.179	2.423	3.547	2.662	4.394	7.967
Itália	52	143	83	182	189	109	140	85	241	253	254	244	203	233	462
Noruega	24	20	304	137	237	62	126	75	103	93	161	93	98	213	207
Países Baixos	438	877	942	3.657	4.370	6.089	9.110	11.142	10.974	11.472	11.365	8.485	8.421	11.167	9.591
Reino Unido	589	2.426	2.620	3.172	4.139	6.214	5.187	4.127	2.785	2.401	3.216	1.805	1.236	1.984	1.951
Suécia	8	29	90	22	141	67	96	41	204	243	209	128	80	131	121
Outros Países	288	500	1.562	2.519	2.030	1.679	1.623	3.351	3.882	2.378	2.934	2.934	2.291	2.725	4.579

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por DREM, Estatísticas do Turismo da RAM.

Uma análise mais detalhada ao quadro anterior permitiu-nos aferir quais os principais mercados emissores do turismo em espaço rural na Região Autónoma da Madeira. Excluímos o turismo doméstico da análise por este tipo de turismo possuir características próprias, em que as principais motivações turísticas podem prender-se essencialmente com o preço, a distância, a língua e questões de ordem étnica, pelo que podem diferenciar-se das dos estrangeiros que procuram o TER na Madeira (Pierret, 2011).

Num exame aos mercados emissores estrangeiros, apurámos que no período entre 1998 e 2012, o mercado alemão liderou o total de dormidas de estrangeiros, posicionando-se no 1º lugar do ranking dos mercados estrangeiros na totalidade o período em estudo.

Os Países Baixos, embora inicialmente tenham ocupado uma das cinco posições principais, a partir de 2004 situaram-se no 2º lugar do ranking dos mercados estrangeiros até o ano de 2012.

O Reino Unido, ao longo deste período sofreu oscilações que alternaram entre a 2ª, 3ª e 4ª posição até 2012. Numa fase inicial posicionou-se na 2ª posição, entre 2001 e 2008 conseguiu manter a 3ª posição, com exceção dos anos de 2003 e 2006 e, entre 2009 e 2012 ocupou a 4ª posição.

A França apresentou um cenário muito semelhante ao do Reino Unido, tendo ocupado praticamente a 4ª posição entre o período de 2001 a 2008, com exceção do ano de 2006. No período entre 2009 e 2012 passou para a 3ª posição.

Surge na 5ª posição a Áustria durante sete dos anos em estudo, nomeadamente em 1998, de 2005 a 2006, em 2008 e de 2010 a 2012.

No período entre 1998 e 2012 emergiram ainda outros três mercados, no ranking dos cinco primeiros mercados estrangeiros: a Dinamarca que ocupou a 5ª posição em 1999 e a 4ª em 2000; a Bélgica que se posicionou no 5º lugar entre 2001 e 2003 e a Espanha que também ocupou a 5ª posição durante três anos: em 2004, 2007 e 2009.

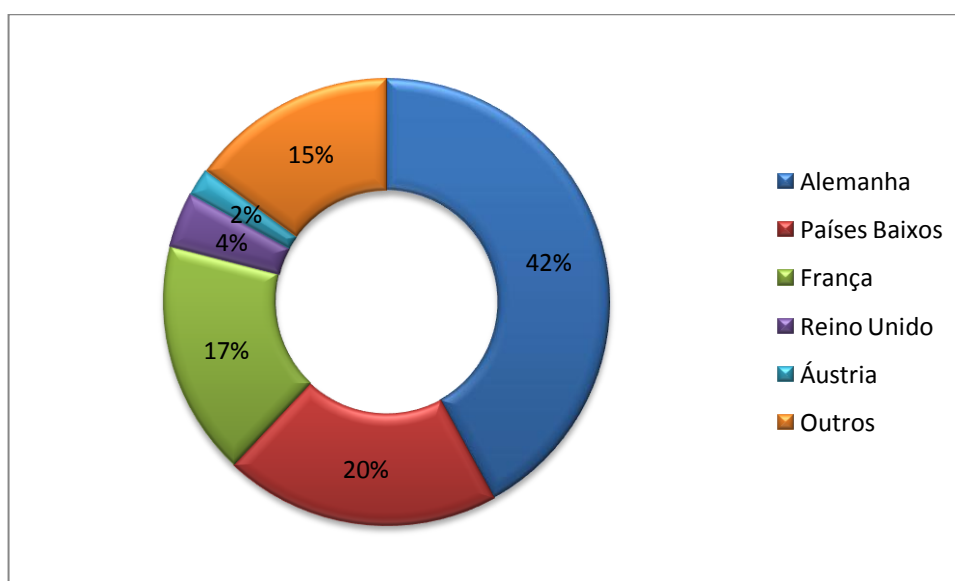
No período entre 2009 e 2012, não se verificaram flutuações entre os cinco principais mercados emissores estrangeiros, apesar de existirem oscilações relevantes no número de dormidas, entre os anos de 2011 e 2012. Para uma melhor compreensão, por parte do leitor, apresentamos seguidamente um estudo comparativo entre esses dois anos.

Quadro 9 – Variação do Número de Dormidas entre 2011 e 2012

País de residência habitual	Anos		Δ 11/12 (%)
	2011	2012	
Total	43.712	51.096	+16,9
Portugal	3.913	2.996	-23,4
Estrangeiro	39.799	48.100	+20,9
Alemanha	15.869	20.250	+27,6
Áustria	1.005	1.030	+2,5
Bélgica	850	844	-0,7
Dinamarca	232	271	+16,8
Espanha	781	775	-0,8
Finlândia	215	52	-75,8
França	4.394	7.967	+81,3
Itália	233	462	+98,3
Noruega	213	207	-2,8
Países Baixos	11.167	9.591	-14,1
Reino Unido	1.984	1.951	-1,7
Suécia	131	121	-7,6
Outros Países	2.725	4.579	+68,0

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por DREM, Estatísticas do Turismo da RAM.

Gráfico 4 – Dormidas por Mercados Estrangeiros- Quota [2012]



Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por DREM, Estatísticas do Turismo da RAM.

Em 2012, a Alemanha com 20.250 dormidas e uma quota de 42%, emerge no 1º lugar no ranking dos mercados estrangeiros. Esse valor foi superior ao ocorrido no período homólogo de 2011, em 27,6% (+4.381 dormidas).

Os Países Baixos, com 9.591 dormidas, surgem em 2º lugar (20% do total de dormidas de estrangeiros) apesar de terem assinalado um decréscimo de -14,1% (-1 576 dormidas), em comparação com o ano anterior de 2011.

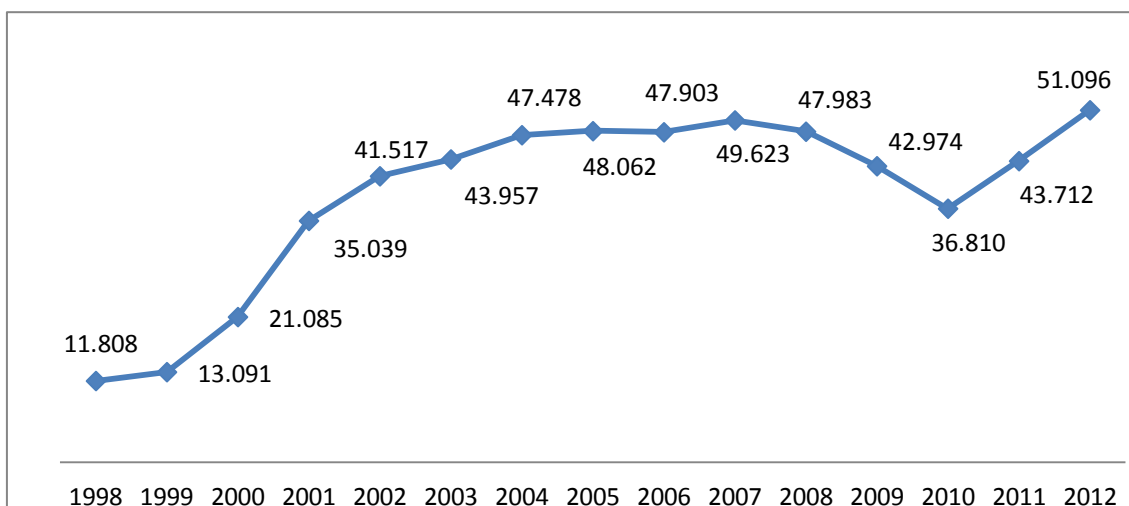
A França, em 2012, sobrevém na 3ª posição (17% do total de estrangeiros), com 7.967 dormidas, representando um acréscimo de 81,3%, o que se traduziu em mais 3.573 dormidas, relativamente ao ano de 2011.

Em 2012, no 4º lugar figura o Reino Unido com uma quota de 4% do total das dormidas dos estrangeiros (1 951 dormidas), registando um declínio de -1,7% (-33 dormidas), perante os dados do ano anterior.

A Áustria aparece na 5ª posição (2% do total de dormidas de estrangeiros), com 1.030 dormidas. Esse valor foi superior ao ocorrido no período homólogo de 2011 em 2,5% (+25 dormidas).

Observando o comportamento da procura turística do TER no arquipélago da Madeira, ao longo deste período (1998-2012), com base nos dados fornecidos pelos valores das dormidas, descortinam-se algumas oscilações, ilustradas no gráfico seguinte.

Gráfico 5 – Evolução das Dormidas no Turismo em Espaço Rural na RAM



Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por DREM, Estatísticas do Turismo da RAM.

Pela análise do gráfico podemos aferir que no âmbito das dormidas a procura do TER na RAM, sofreu um processo evolutivo nos primeiros dez anos tendo decrescido em 2009 e sobretudo em 2010. Julgamos que as quebras estejam associadas quer à conjuntura económica mundial, quer aos desastres naturais que a Ilha tem sofrido:

alguns incêndios e sobretudo a catástrofe de 20 de fevereiro de 2010⁵⁹. No entanto, a recuperação a partir de 2011 e sobretudo em 2012 é bastante visível, conforme se pode conferir através do quadro 9, onde comparámos o número de dormidas entre os anos de 2011 e 2012, por mercado emissor. Desde o início até à data, o ano de 2012 foi o que exibiu um número superior de dormidas.

O decréscimo ocorrido no número de dormidas nos anos de em 2009 e de 2010 deveu-se sobretudo à quebra apurada em dois dos cinco principais mercados emissores: os Países Baixos e o Reino Unido. Entre 2008 e 2009, os Países Baixos registaram uma redução de 2.880 dormidas (-26%) e o Reino Unido, um declínio na ordem das 1.411 dormidas (-44%). A recuperação tem sido lenta, em 2011 estes dois mercados assinalaram um acréscimo que em 2012 não se verificou, conforme podemos aferir pelo quadro 9. No ano de 2010, a Alemanha, um dos outros principais mercados, marcou igualmente uma descida acentuada de 4.145 dormidas (-23%), relativamente ao ano anterior. No entanto, constata-se que em 2011 distinguiu-se através de um acréscimo de +14%, face a 2010 e que em 2012 registou um novo aumento de 27,6%, comparativamente ao ano anterior, o que nos permite afirmar que se encontra em fase de recuperação.

⁵⁹ Na madrugada do dia 20 de fevereiro de 2010, a ilha da Madeira foi assolada por um forte temporal que provocou inúmeras inundações e derrocadas, em especial na zona sul da Ilha. Os danos materiais rondaram os 217 milhões de euros. Foram confirmados cerca de 47 mortos, 600 desalojados e 250 feridos. As áreas mais afetadas foram os concelhos de Funchal, Câmara de Lobos, Ribeira Brava e Santa Cruz. Este temporal foi notícia mundial, tendo sido considerado como a pior catástrofe da história da Ilha.

2.1.3 TAXAS DE OCUPAÇÃO-CAMA

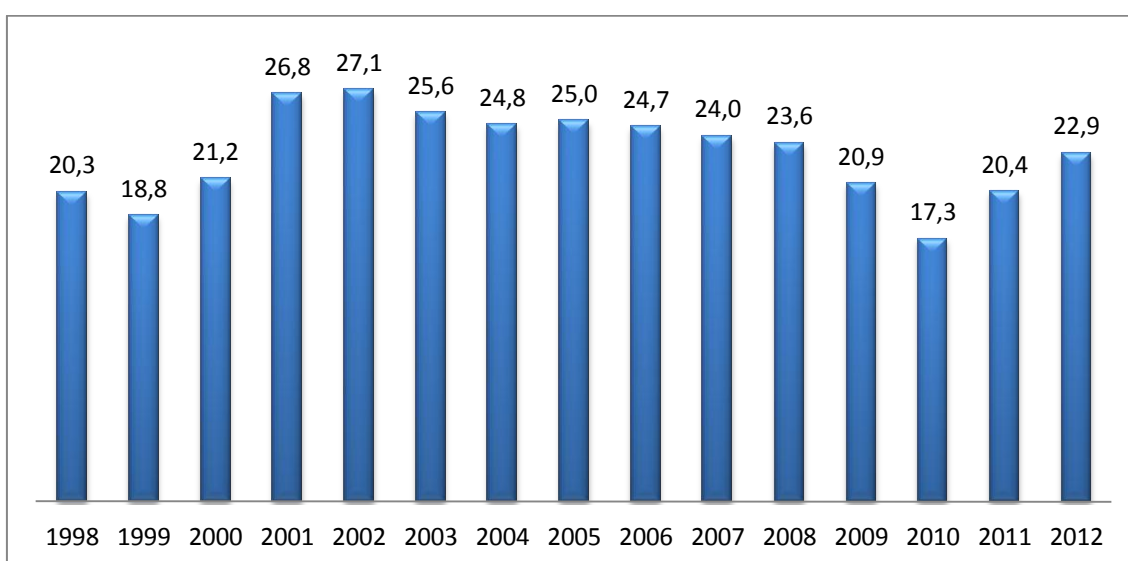
A taxa de ocupação-cama é um indicador que «baseando-se na oferta, permite avaliar em que medida esta se adapta à procura» (Cunha, 2007: 99).

A taxa de ocupação-cama revela-nos que parte da capacidade de alojamento esteve efetivamente ocupada, durante o período em análise.

Para além de nos permitir avaliar o grau de utilização da capacidade produtiva, esta taxa auxilia-nos a verificar se existirá excesso ou necessidade de novas unidades de alojamento, no âmbito do estudo que estamos a efetuar (Cunha, 2007: 99-104).

As taxas de ocupação-cama do TER no arquipélago da Madeira, entre 1998 e 2012, sofreram oscilações muito semelhantes às das dormidas, no mesmo período, conforme poderemos constatar pela análise do gráfico seguinte.

Gráfico 6 – Evolução das Taxas de Ocupação-cama no Turismo em Espaço Rural, na RAM, entre 1998 e 2012 - %



Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por DREM, Estatísticas do Turismo da RAM.

Ao longo destes 15 anos, o TER não tem conseguido apresentar taxas de ocupação-cama semelhantes às da hotelaria em geral na Madeira (ultimamente tem apresentado uma média de 60%). O ano de 2002 foi o que registou a taxa de ocupação-cama mais elevada até a presente data (27,1%), tendo a partir dessa data vindo a exibir taxas menores. A mais baixa ocorreu em 2010, a qual julgamos estar diretamente relacionada com a catástrofe que assolou a ilha da Madeira em 20 de fevereiro desse ano. Entre 2010 e 2012 assinalou uma relativa recuperação, na ordem dos 4,7 p.p.

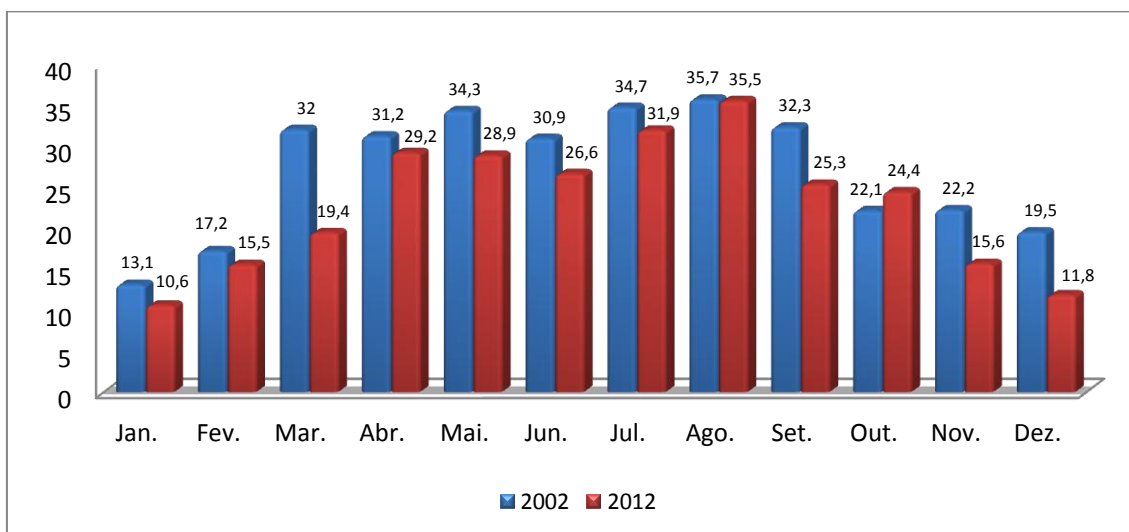
Uma vez que o número de dormidas entre 2002 e 2008 sofreu uma evolução positiva, um fator que poderá estar relacionado com o decréscimo da taxa de ocupação-cama neste período é o aumento da capacidade de alojamento. Em 2002, a Madeira detinha uma capacidade de alojamento na ordem das 459 camas, a qual foi sendo ampliada, tendo atingido em 2008, as 565 camas (+ 23% em relação ano de 2002) e, em 2012, um total de 605 camas (+31,8% comparativamente a 2002).

Podemos concluir que a taxa de ocupação do TER tem sido excessivamente baixa, o que nos permite determinar que há excesso de oferta relativamente à procura, pelo que novos investimentos nesta área não são recomendáveis.

Por outro lado, a análise destes dados abre um leque de hipóteses no campo da recuperação e do reinvestimento nas unidades de alojamento atuais na prospetiva de um crível aumento na procura, quer através de processos de diferenciação do produto, quer de segmentação de mercados. Para tal, convém ainda contemplar um outro índice, a sazonalidade que nos poderá revelar o escalonamento temporal dos movimentos turísticos existentes.

Optámos por apresentar um estudo comparativo entre o ano de 2002 (ano com maior taxa de ocupação-cama) e o ano 2012.

Gráfico 7 – Taxas de Ocupação-cama, por Meses - % [Δ 02/12]



Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por DREM, Estatísticas do Turismo da RAM.

Quer o ano de 2002, quer o de 2012, apresentaram uma evolução anual, em termos de ocupação-cama que denotou uma forte distribuição sazonal nas dormidas.

No ano de 2002, a distribuição sazonal das dormidas não foi tão marcada como no de 2012, no entanto a procura turística entre os meses de março a setembro, mostrou taxas superiores às dos restantes meses do ano, acima dos 30%, registando-se os valores mais elevados nos meses de maio, julho e agosto, com 34,3%, 34,7% e 35,7%, respetivamente.

A distribuição sazonal das dormidas, em 2012, foi deveras iminente, tendo registado para os meses de abril, maio, julho, agosto e setembro, taxas de ocupação-cama superiores às dos restantes meses do ano, acima dos 25%, verificando-se os valores mais elevados nos meses de julho (31,9%) e agosto (35,5%), aliás valores únicos acima dos 30%. De salientar que comparativamente a 2002, o ano de 2012 apresentou dois picos, relativamente destacados, o primeiro, nos meses de abril e maio e o segundo, nos meses de julho e agosto.

Em ambos os anos, embora com maior incidência para o ano de 2012, a procura concentrou-se excessivamente nos meses de Verão, o que nos revelou uma distribuição sazonal das dormidas ao longo do ano, fortemente acentuada.

Normalmente este tipo de sazonalidade pode ser atenuado se forem tomadas medidas que poderão passar pela criação ou divulgação de mais atrativos nas épocas baixas, pelo desenvolvimento de produtos ou atividades próprios da região, nomeadamente eventos, conforme abordaremos no capítulo correspondente deste estudo.

2.2 EM ESTUDO: AS CASAS DE CAMPO NA ILHA DA MADEIRA

A Organização Mundial de Turismo definiu alguns critérios que deveriam ser incorporados pelas organizações e organismos na tentativa de criação de uma definição geral do produto «Alojamento Rural», a qual oferecemos através do quadro seguinte.

Quadro 10 – Product Definition for “Rural Accommodation”

Criteria	Interpretative Orientations
Situated in the countryside, in a village, or in a small town	< 5000 inhabitants in the village/town, or in very typical/traditional quarters
Rural surrounding, with evident characteristics of traditional farming, agriculture, or high nature values	High nature values= Nature Park or similar. “Traditional farming” excludes predominance of industrial farming (landscape dominated by greenhouses, etc.)
Tourism is not the main or dominant activity or source of income in the closer area	Relation “tourist beds/inhabitants” should not exceed = 1/1
Good conservation of environment, quiet and “peaceful” setting, no noise or pollution	Smell and noise resulting from traditional farming are acceptable
Authenticity of the accommodation and ambience	
Hospitality – Personal attention by the host	
Small-scale capacity of the accommodation unit	Upper limit, around 40 bed places
Compliance of statutory and assessment criteria	(Compliance of the EuroGites Quality Assessment Standards)
Social and environmental sustainability in the context of a multi-functional activity in the countryside	(Apply criteria of the Agenda 21 for Tourism once it is defined)
Connection with the local community and traditional culture	Minimum integration of the activity into the surrounding community, guests have the possibility to get in contact with the local reality if they want
Local products and gastronomy	To be available in the surrounding
Culture (folklore, crafts, traditions, heritage, ...)	To be available in the surrounding
Excluding criteria are	
<ul style="list-style-type: none"> • Urban or industrial setting or surrounding • Mass – or highly developed – tourism areas • Noise, risk/danger, visual and other pollution 	Rural – typical impacts are accepted

Fonte: WTO (2007d: 187).

Apesar da legislação portuguesa não abarcar todos estes critérios, ao longo do presente estudo será expressa a realidade das Casas de Campo na Madeira e conseguiremos constatar que a maioria dos critérios é seguida e que apesar de ainda existirem algumas componentes a aperfeiçoar, acreditamos que num futuro próximo, na Ilha da Madeira, se assista ao seguinte:

«Rural Accommodation [will be] understood as a small-scale hospitality service which combines personal attention, quiet and peaceful setting, and assured quality standards with good conservation of environment, human and cultural authenticity in connection with the local community and its traditions, products, gastronomy, and heritage, under the limits of security and safeguarding the [local⁶⁰] resources».

(WTO, 2007d: 187)

Na atualidade e na sequência da publicação do novo regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos, os requisitos específicos da instalação, classificação e funcionamento de cada tipo de empreendimento, incluindo os relativos à modalidade Casas de Campo, foram definidos por portaria conjunta dos membros do Governo responsáveis pelas áreas de turismo, da administração local e da agricultura e do desenvolvimento rural, através da Portaria n.º 937/2008, de 20 de agosto⁶¹.

De acordo com este diploma legal, estes empreendimentos devem dispor de um adequado conjunto de instalações, estruturas, equipamentos e serviços complementares que lhes permitam oferecer ao visitante *«um produto turístico completo e diversificado no espaço rural»* (ponto 1, art.º 3º).

Os proprietários ou os seus representantes podem ou não residir no empreendimento (ponto 2, art.º 3º).

Como espaço rural, foram consideradas *«as áreas com ligação tradicional e significativa à agricultura ou ambiente e paisagem de carácter vincadamente rural»* (ponto 1, art.º 4º).

A classificação do empreendimento subordinar-se-á 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»* (ponto 2, art.º 4º).

Considerou-se que seriam Casas de Campo, os *«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 arquitectura típica local»* (art.º 5º).

⁶⁰ *«Local resources» are «related to the traditional agricultural activity, culture, or natural values in the countryside or in small towns where tourism is not the main source of income»* (WTO, 2007d: 187).

⁶¹ Portaria n.º 937/2008, de 20 de Agosto, 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 – Número 160, de 20 de Agosto de 2008).

Por outro lado, foi considerada a questão das «Atividades Complementares», permitindo que os empreendimentos de turismo em espaço rural pudessem desenvolver atividades de animação que se destinassem exclusivamente à ocupação de tempos livres dos hóspedes e que contribuíssem para «a divulgação das características, produtos e tradições das regiões» (ponto 1, art.º 9º) onde estivessem situados.

Nas condições de instalação normais, salienta-se que as Casas de Campo podem integrar-se num edifício único ou num conjunto de edifícios. No segundo caso, os edifícios deverão estar claramente identificados como fazendo parte integrante do mesmo empreendimento, sendo que o número máximo de unidades de alojamento destinadas a hóspedes por empreendimento não poderá ultrapassar as 15 unidades.

Quanto às infraestruturas e aos equipamentos, para além dos usuais, relativos à iluminação, ao abastecimento de água, aos sistemas de segurança e climatização, entre outros, acentuamos a necessidade de uma área de estacionamento, telefone fixo ou móvel no escritório de atendimento aos hóspedes para as Casas de Campo.

Alguns dos requisitos para a atribuição da classificação podem ser dispensados quando a sua observância for suscetível de afetar as características arquitetónicas ou estruturais dos edifícios que estejam classificados no espaço nacional, regional ou local ou que possuam valor histórico, arquitetónico, artístico ou cultural, nomeadamente:

«Em razão da sua antiguidade, da sua traça e dos materiais utilizados traduzam significativamente a arquitectura erudita ou tradicional» ou «sejam manifestações singulares de diferentes estilos arquitectónicos, reconhecidos e tipificados como tal no âmbito da história da arquitectura».

(art.º 12º)

Neste artigo, clarifica-se ainda o tipo de edifícios que podem ser considerados de valor histórico ou cultural, mormente os que «tenham sido testemunho de importantes eventos históricos, culturais ou científicos ou possuam, em razão da sua natureza, interesse etnológico ou arqueológico» (art.º 12º).

No que concerne as disposições comuns, nas Casas de Campo subdividem-se em requisitos das instalações e requisitos de funcionamento. Realçamos nas figuras seguintes, os requisitos mais relevantes.

Figura 20 - Requisitos das Instalações - Casas de Campo

<h2>Zonas Comuns</h2>	<ul style="list-style-type: none">• Uma área de receção e atendimento a hóspedes, devidamente identificada, a qual pode estar integrada no empreendimento turístico ou num escritório de atendimento situado na freguesia onde o estabelecimento se situe, destinada a prestar os seguintes serviços:<ul style="list-style-type: none">• Registo das entradas e saídas dos hóspedes;• Serviço de reservas de alojamento;• Receção, guarda e entrega aos hóspedes de mensagens, correspondência e demais objetos que lhe sejam destinados;• Prestação de informação ao público sobre os serviços disponibilizados.
<h2>Unidades de Alojamento</h2>	<ul style="list-style-type: none">• A área mínima dos quartos individuais é de 7 m² e a dos quartos duplos de 9 m² e deverão oferecer:<ul style="list-style-type: none">• Cama;• Mesa de cabeceira ou solução de apoio equivalente;• Espelho;• Armário;• Iluminação de cabeceira;• Tomada elétrica.• Quando a unidade de alojamento (suite) dispuser de sala privativa, a área mínima dessa sala será de 10 m².• O número máximo de unidades de alojamento destinadas a hóspedes é de 15.
<h2>Cozinhas ou Pequenas Cozinhas (Kitchenetes)</h2>	<ul style="list-style-type: none">• Cozinhas ou pequenas cozinhas (<i>Kitchenetes</i>) deverão estar equipadas, no mínimo com:<ul style="list-style-type: none">• Frigorífico;• Fogão;• Placa ou micro-ondas;• Lava-loiça;• Dispositivo para absorver fumos e cheiros;• Armários para víveres;• Utensílios.• Quando o proprietário ou o representante resida no empreendimento, a cozinha destinada à confeção de refeições para os hóspedes pode ser a mesma para o uso do proprietário do empreendimento.
<h2>Instalações Sanitárias</h2>	<ul style="list-style-type: none">• A nível de instalações sanitárias, deverá existir pelo menos uma instalação sanitária para cada três quartos e cada uma deverá dispor, no mínimo de:<ul style="list-style-type: none">• Sanita;• Duche ou banheira;• Lavatório;• Espelho;• Ponto de luz;• Tomada de corrente elétrica;• Água corrente quente e fria;• Sabonete ou gel de banho.

Fonte: Elaboração Própria a partir de: Portaria nº 937/2008, de 20 de agosto⁶² e Decreto-Lei nº 228/2009 de 14 de setembro⁶³.

⁶² Portaria nº 937/2008, de 20 de Agosto, 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 – Número 160, de 20 de Agosto de 2008).

⁶³ Decreto-Lei nº 228/2009, de 14 de Setembro, Ministério da Economia e da Inovação (Diário da República I Série – Número 178, de 14 de Setembro de 2009).

Figura 21 – Requisitos de Funcionamento - Casas de Campo



Fonte: Elaboração Própria a partir da Portaria nº 937/2008, de 20 de agosto.

Conforme ficou exposto, a classificação para a modalidade ou grupo Casas de Campo do turismo em espaço rural, está sujeita ao cumprimento de características definidas por diferentes diplomas legais. O regime previsto no Decreto-Lei nº 39/2008, alterado pelo Decreto-Lei nº 228/2009 é aplicável às Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira embora possa ser adaptado a cada uma delas dependendo da estrutura própria de cada administração regional.

A adaptação à Madeira do regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos operou-se através do Decreto Legislativo Regional nº 12/2009/M de 6 de Maio⁶⁴.

De acordo com o presente regime de adaptação à Região Autónoma da Madeira, as competências do «Turismo de Portugal, I.P.» e do seu presidente, assim como as da Autoridade de Segurança Alimentar e Económica, em relação a todos os empreendimentos turísticos, são exercidas na região, pela Direção Regional de Turismo e pelo Diretor Regional de Turismo, respetivamente (ponto 1, art.º 2º).

Assim sendo, na Região Autónoma da Madeira, a fixação da capacidade máxima e a classificação dos empreendimentos de turismo no espaço rural, na modalidade Casas de Campo, compete à Direção Regional de Turismo, após prévia audição dos órgãos municipais competentes (ponto 2, art.º 2º).

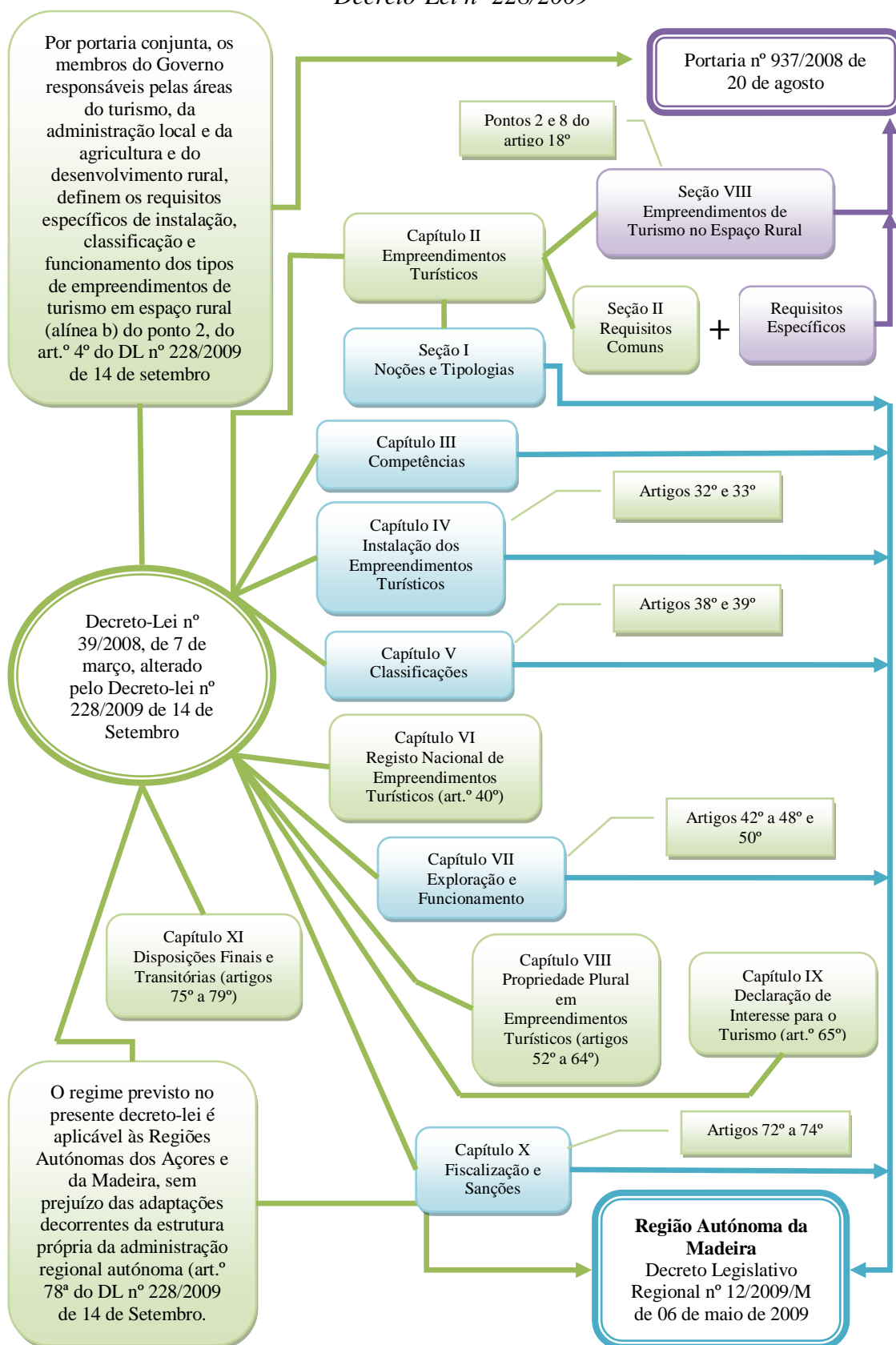
Qualquer interessado poderá apresentar à Câmara Municipal competente um pedido de informação prévia sobre a instalação de um empreendimento turístico e quais as condicionantes urbanísticas, no entanto, o deferimento pela Câmara Municipal carece sempre de parecer da Direção Regional de Turismo. Um parecer desfavorável da Direção Regional de Turismo é vinculativo (art.º 8º).

A afixação da placa identificativa da classificação do empreendimento turístico é obrigatória em todos os empreendimentos, junto à entrada principal, no exterior (ponto 7, art.º 11º).

Para uma melhor perceção, por parte do leitor, apresentamos seguidamente as análises concetuais dos diplomas legais mais relevantes.

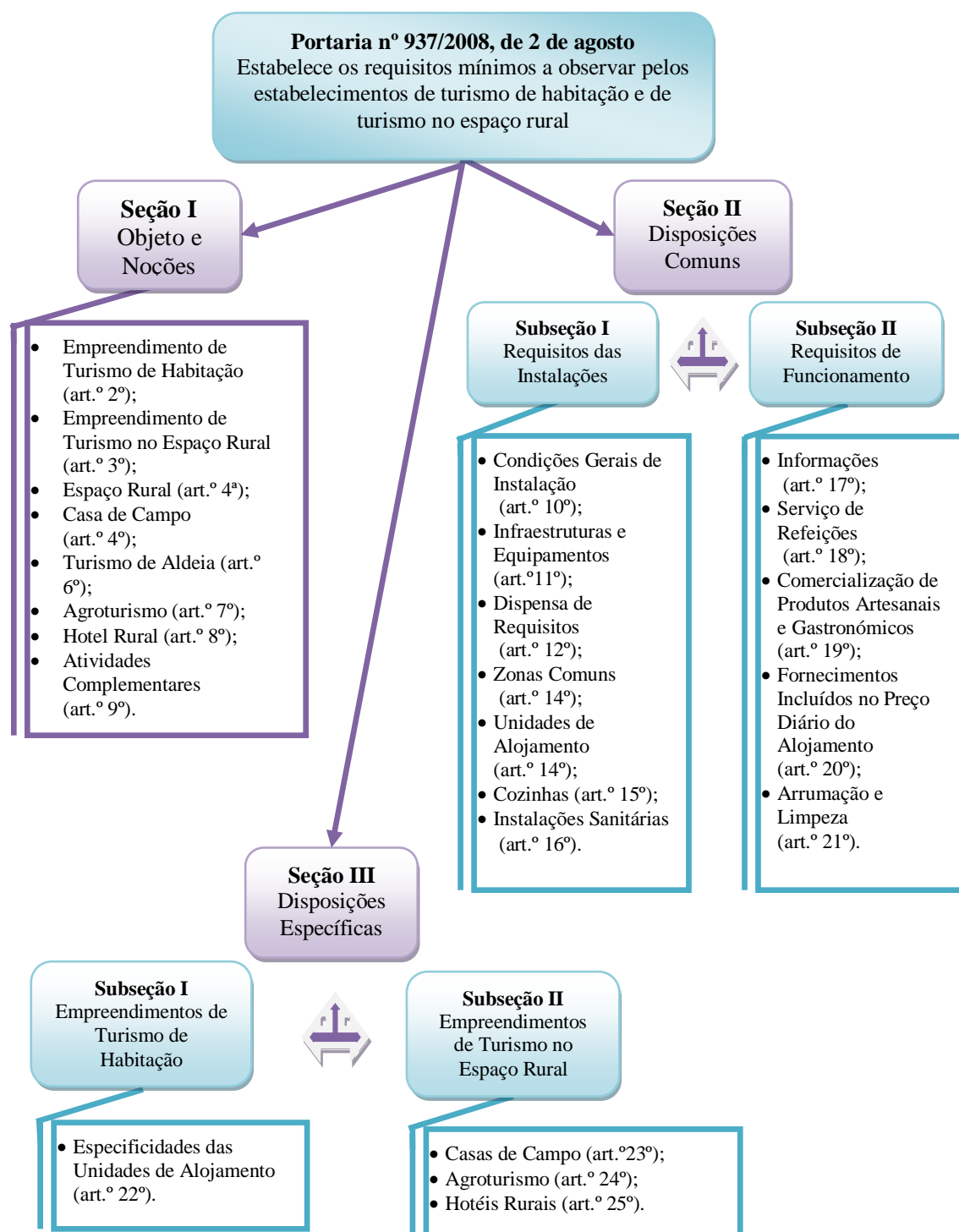
⁶⁴ Decreto Legislativo Regional nº 12/2009/M, de 6 de Maio, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Regional (Diário da República I Série – Número 87, de 6 de Maio de 2009).

Figura 22 – Análise Concetual do Decreto-Lei nº 39/2008, Alterado pelo Decreto-Lei nº 228/2009



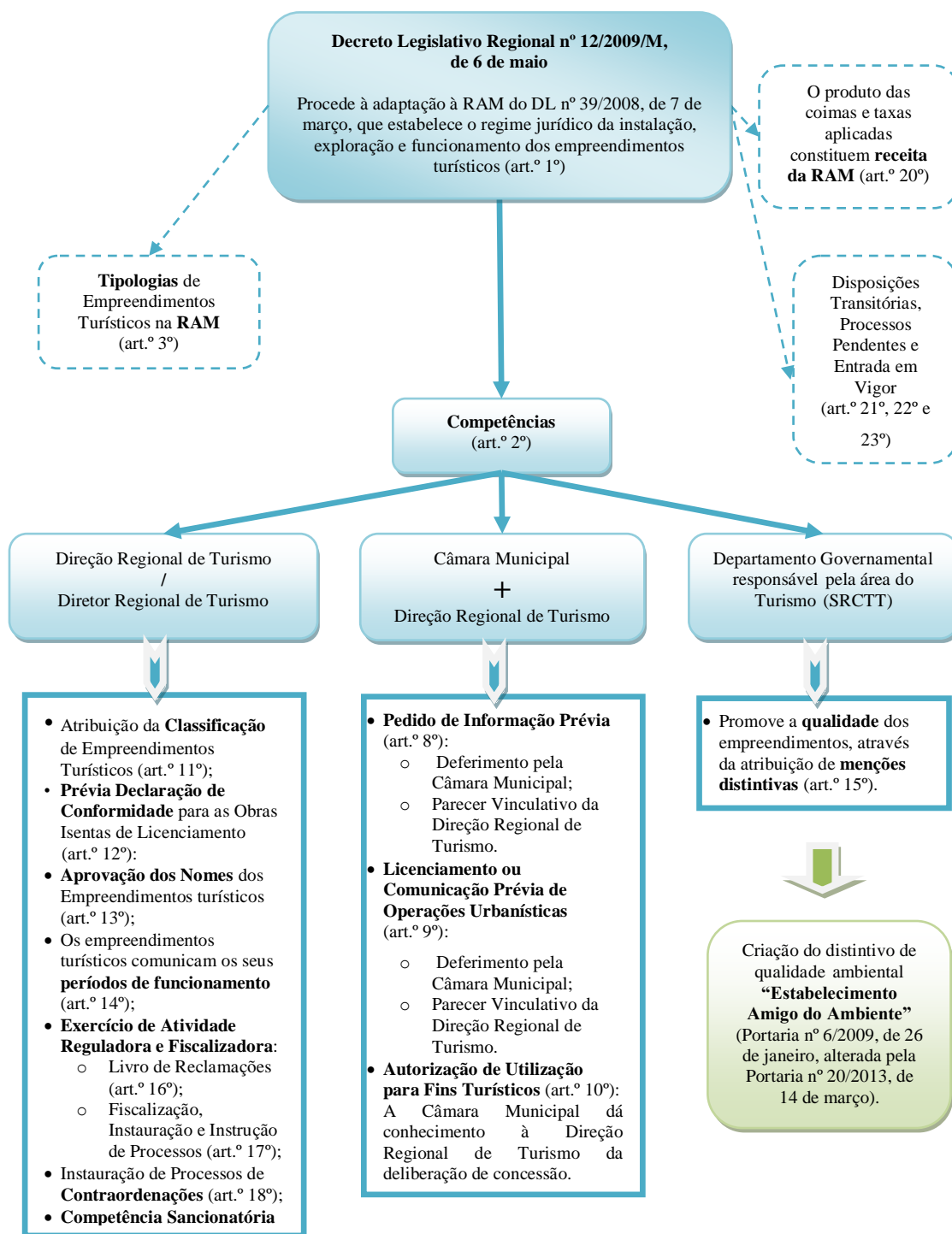
Fonte: Elaboração Própria a partir do Decreto-Lei nº 228/2009 de 14 de setembro.

Figura 23 – Análise Concetual da Portaria nº 937/2008



Fonte: Elaboração Própria a partir da Portaria nº 937/2008 de 02 de agosto.

Figura 24 – Análise Concetual do Decreto Legislativo Regional nº 12/2009/M



Fonte: Elaboração Própria a partir do Decreto Legislativo Regional nº 12/2009/M, de 6 de maio.

2.2.1 OS EMPREENDIMENTOS

O processo de reconversão das modalidades/grupos dos empreendimentos de turismo no espaço rural, iniciado em 2008, ainda não se encontra concluído na RAM. No final do ano 2012, na ilha da Madeira, existiam 34 estabelecimentos na modalidade Casas de Campo, dos quais 15 já tinham o processo concluído, encontrando-se 19 estabelecimentos ainda com processos pendentes.

Quadro 11 – Casas de Campo na Madeira, por Concelhos

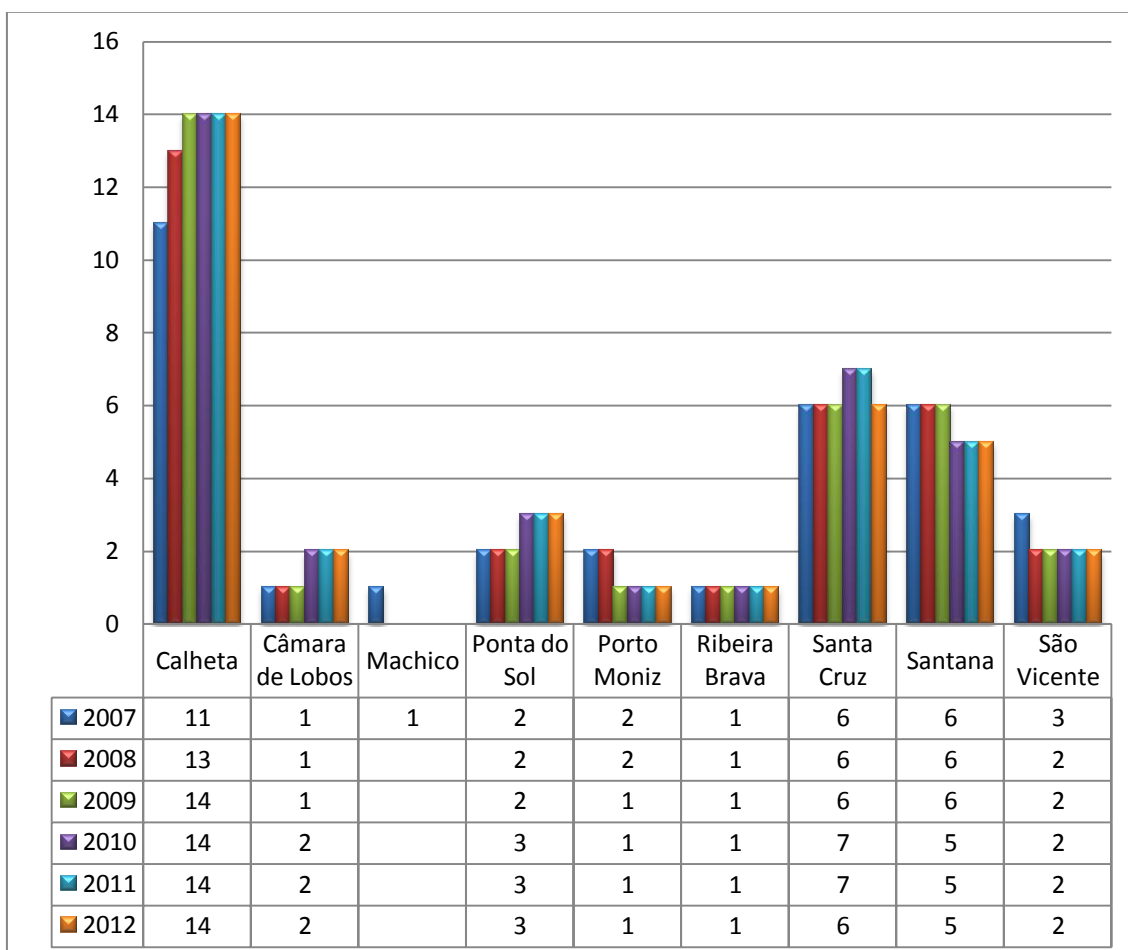
Concelho	Nome	http	Data de Abertura	Reconversão
Calheta	Angels Inn Paradise	www.angelsinnparadise.com	30-07-2008	Pendente
	Átrio	www.atrrio-madeira.com	01-06-2001	Pendente
	Calhau Grande	www.casadocalhaugrande.com	26-06-2003	Concluído
	Casa Casimiro		30-10-2009	Concluído
	Casa da Fajã	www.casadafaja.com	25-01-2002	Concluído
	Casa das Faias	www.casadasfaias.com	27-09-2006	Pendente
	Casa das Florenças	www.calhetahouses.com	11-09-2007	Concluído
	Casa do Massapez	www.casadomassapez.com	13-06-2006	Pendente
	Casa dos Falcões	www.casadosfalcoes.com	30-03-1999	Pendente
	Casa Nossa Senhora da Conceição	www.casansconceicao.com	03-10-2008	Concluído
	O Lugarinho	www.lugarinho.com	26-03-2004	Pendente
	Quinta das Anoneiras	www.quintadasanoneiras.com	16-06-2003	Pendente
	Quinta do Conde	sites.google.com/site/condemadeira	02-09-1999	Pendente
	Quinta São Lourenço	www.lourencotrigal.com	31-07-2002	Concluído
Câmara de Lobos	Escapada dos Cavaleiros	www.escapada dos cavaleiros.com	14-07-2010	Concluído
	Vila Afonso	www.vilaafonso.com	18-10-2000	Concluído
Ponta do Sol	Casa do Calhau		17-12-2009	Concluído
	Casa do Laranjal		03-08-2006	Pendente
	Casa do Retiro		04-01-2000	Concluído
Porto Moniz	Casa do Ribeirinho	www.casaribeirinho.com	11-06-2001	Concluído
Ribeira Brava	Casa da Terça		12-10-2000	Concluído
Santa Cruz	Cantinho Rural	www.cantinhorural.com	31-07-2001	Pendente
	Casa da Avó Beatriz		01-02-2010	Concluído
	Casas Valleparaízo	www.valleparaizo.com	13-02-1996	Concluído
	Quinta das Colmeias	www.quinta-das-colmeias.com	19-07-1999	Pendente
	Quinta do Lagar		22-01-2007	Pendente
	Vila Joaquina	www.vila-joaquina.com	02-09-1999	Pendente
Santana	Casa da Fajã Alta	www.fajalta.pt	19-07-2004	Pendente
	Casa das Hortênsias		01-12-2001	Pendente
	Casa do Pomar	www.casasdecampodopomar.com	15-04-2000	Concluído
	Quinta do Arco	www.quintadoarco.com	30-06-2000	Pendente
	Quinta do Arco - Lagoa	www.quintadoarco.com	03-05-2002	Pendente
São Vicente	Casa da Beira		18-02-2000	Pendente
	Casa dos Lameiros	www.solardabica.pt	07-07-2004	Pendente

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por DRT (2012).

De acordo com o quadro anterior constatamos que o concelho da Calheta é o que detém maior número de Casas de Campo, 14 no total, o que representa 41% dos estabelecimentos desta modalidade na ilha da Madeira, seguindo-se o Concelho de Santa Cruz com 6 estabelecimentos (17,6%) e Santana com cinco (14,7%). Nos

concelhos de Ponta do Sol, S. Vicente e Câmara de Lobos só existem três ou duas Casas de Campo e por fim nos concelhos de Porto Moniz e Ribeira Brava, apenas uma Casa de Campo em cada. Os concelhos de Machico e Funchal não possuem nenhum estabelecimento desta modalidade.

Gráfico 8 – Evolução da Modalidade Casas de Campo por Concelho



Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por DREM, Estatísticas do Turismo da RAM.

De acordo com o gráfico anterior que patenteia a evolução deste tipo de empreendimentos no período entre 2007-2012, apurámos que as variações são muito leves e que a situação atual não registou qualquer alteração após o ano de 2010, à exceção do concelho de Santa Cruz que em 2012, assinalou menos uma Casa de Campo.

2.2.2 OS PROPRIETÁRIOS/REPRESENTANTES

Das 34 Casas de Campo em funcionamento na ilha da Madeira, 16 empreendimentos aceitaram colaborar com a presente investigação, o que representa uma amostra na ordem dos 47%, conforme já referido no quadro 5.

Apesar dos nossos esforços para conseguir a colaboração de um número superior de proprietários, lamentavelmente não conseguimos que nenhuma das casas dos concelhos de Câmara de Lobos e de São Vicente acesse em participar na investigação, tanto no lançamento de questionários aos visitantes, como na entrevista ao proprietário ou a um seu representante.

As justificações por parte dos proprietários para a não colaboração na presente investigação foram diversas, a maioria alegou não ter «*tempo disponível para o efeito*», um alegou que a «*casa estava encerrada para obras*», outros responderam de forma muito direta: «*A Casa de Campo [...] não está interessada em participar no seu projeto*», sem qualquer outra justificação, para além da «*falta de interesse*», uma das casas respondeu-nos a um dos diversos *emails* enviados, da seguinte forma: «*Não desejamos participar neste investigação. Os nossos Hospedes não escolhem o turismo rural quando eles escolhem o [...]. Os Alemães (90% dos nossos clientes) não sabem o que é Turismo rural*»⁶⁵.

Esperamos que ao longo do presente trabalho, seja possível ao leitor compreender por que motivo um proprietário de um empreendimento TER – Casa de Campo, na ilha da Madeira afirmou que os Alemães não escolhem uma determinada Casa de Campo por ser «*Turismo Rural*» e que «*não sabem o que é Turismo Rural*»⁶⁶.

Nas entrevistas que foram efetuadas aos proprietários ou aos seus representantes sobre os respetivos empreendimentos turísticos, apurámos alguns dados que nos permitiram compreender a envolvente atual destes empreendimentos na Madeira.

Não se pretendia, neste trabalho, caracterizar o perfil dos proprietários ou dos seus representantes. Pareceu-nos, porém, ser fundamental traçar algumas das principais características, porque conhecendo-os melhor, poderemos compreender mais facilmente as suas opiniões e motivações de base em relação aos empreendimentos em causa.

⁶⁵ A resposta que transcrevemos foi-nos concedida por *mail*, após diversas insistências da nossa parte. Retirámos da transcrição apenas a denominação da «Casa de Campo», por uma questão de caráter ético da nossa parte.

⁶⁶ Este assunto será tratado ao longo deste ponto da presente investigação e em especial no ponto «2.3.4. O Olhar dos Proprietários TER sobre os Visitantes».

A idade média dos proprietários ou representantes evidencia uma representatividade elevada com destaque para a faixa etária a partir dos 50 anos de idade. No campo da ocupação profissional, à exceção de dois casos em que já se encontravam aposentados, os restantes proprietários/representantes para além desta atividade profissional desempenhavam outras atividades principais, com uma forte presença nas profissões liberais ou ligadas à docência e à gestão de empresas. Este cenário apresenta diferenças em relação a alguns estudos efetuados em Portugal Continental e que em nossa opinião contribuem para a existência de atitudes diferenciadas. Na opinião de Manuela Ribeiro os proprietários do TER ostentam um perfil assaz distinto:

«Respaldados por rendimentos seguros das pensões e de outras fontes, constituem de facto um segmento significativo do acolhimento TER, ao serviço do qual põem importantes talentos: conhecimentos sobre a história, a cultura e etnografia das suas regiões; grande disponibilidade de tempo para o atendimento personalizado dos seus clientes; as capacidades e as habilidades de relacionamento social apuradas ao longo de dezenas de anos de exercício profissional, etc.».

(Ribeiro, 2003: 211)

No que concerne a motivação de base para o desenvolvimento desta atividade profissional, colocámos três questões aos proprietários, a primeira, como se haviam tornado proprietários do edifício; a segunda, a razão que os motivara a explorar o edifício como TER – Casa de Campo e a terceira, se detinham experiência profissional anterior na atividade turística.

Ao analisarmos as respostas à primeira questão apurámos que 7 edifícios haviam sido comprados (44%), enquanto 9 edifícios (56%) tinham sido herdados. Dos comprados, cinco (31%) foram adquiridos inicialmente para casa de férias dos proprietários e somente dois edifícios (12%) foram efetivamente adquiridos com o propósito de investir no TER.

Na segunda questão, foram todos unânimes nas suas respostas em relação à opção «TER-Casa de Campo», a qual justificaram afirmando que o tipo de propriedade e a localização ofereciam as condições ideais para este tipo de atividade. Quanto à razão que os motivara a explorar o edifício, 13 proprietários (81%) afirmaram que a decisão se prendera com a necessidade de rentabilizar a «Casa» como forma de conseguir mantê-la e apenas três proprietários (19%) declararam que a decisão se prendera com a motivação para o setor.

Quanto à terceira questão, dos 16 inquiridos apenas cinco (31%) confirmaram possuir experiência profissional anterior na atividade turística.

As respostas a estas duas últimas questões podem numa primeira análise não parecer muito relevantes, no entanto esta situação tornar-se-á responsável pela menor ou maior qualidade dos serviços prestados, pela melhor ou pior gestão e divulgação do empreendimento e numa fase final pela baixa procura turística deste tipo de turismo, conforme já foi referenciado em diversos estudos, nomeadamente:

«O agricultor e o chefe de família agrícola passa a hoteleiro, serve refeições na sua casa, mostra a quinta e os trabalhos que lá decorrem, vende os seus produtos, presta informações sobre o espaço e a cultura local, constitui-se como relações públicas do espaço em que está inserido e a própria imagem do destino turístico a que pertence, mas não prossegue uma política de empregar agentes dotados de qualificação necessária, porquanto os salários a pagar são elevados, a actividade é sazonal e de pequena escala, pelo que opta por deslocar empregados das actividades rurais para as de apoio aos turistas, ou por colaboradores sazonais ..., atitude que não permite manter um serviço cujo nível de qualidade seria expectável pelos turistas de classe média alta e média que visitam as áreas rurais».

(Ferreira, 2004: 65)

Na citação acima, Ferreira espelha-nos o cenário «do agricultor» que se tornou hoteleiro, logo uma conjuntura com maior ligação ao agroturismo do que propriamente às Casas de Campo, embora este panorama seja praticamente semelhante na modalidade em estudo. Um outro estudo revela-nos o seguinte:

«Embora sendo o turismo rural promissor para o desenvolvimento da RDL⁶⁷ os promotores dos empreendimentos aqui abordados parecem não “agarrar essa oportunidade”. A maioria tem outras e melhores fontes de rendimento do que aquela que é proporcionada pela actividade turística, destacando-se aqui os “dinheiros da reforma”. Mesmo que tal não aconteça, os promotores contam com os rendimentos provenientes da actividade profissional exercida. Daí que, quer num quer noutro caso o acolhimento de turistas seja encarado como um certo “hobby” que vai originando alguns rendimentos (para manter a casa)».

(Jesus, Kastenholz e Figueiredo, 2008: 13)

Nas conclusões das «I Jornadas sobre Turismo, Património e Ambiente», ocorridas em Silves, entre o conjunto de princípios e fatores a melhorar figurava igualmente a formação:

⁶⁷ RDL: Região Dão-Lafões.

«Apesar de se reconhecer, que muitos dos casos de sucesso da actividade turística, em meio rural, resultam de qualidades inatas dos seus promotores: autenticidade, bom acolhimento, bom serviço...etc., foi ressaltada a importância da formação, quer de Técnicos qualificados que contribuam para potenciar o Turismo em Espaço Rural, [...], quer de pequenos investidores e de pessoas já instaladas, no sentido de qualificar a oferta dos serviços e apoiar a gestão. A formação, para estes últimos, deverá, no entanto, ser extremamente ajustada às suas disponibilidades e necessidades».

(AAVV, 2000: 66)

Os autores citados acima relevam a importância da qualificação profissional no âmbito do turismo em espaço rural em Portugal. Este debate não é recente, efetivamente no Seminário sobre «Exclusão Social e Turismo Rural», ocorrido em Almeida, em 1992, entre as conclusões formuladas pelos grupos de trabalho, figurava o seguinte:

«A boa vontade e o entusiasmo sendo embora necessários ao arranque das iniciativas locais de turismo local são suficientes para as sustentar e não dispensam, por conseguinte, o profissionalismo, condição fundamental para o sucesso das iniciativas; [...] programas de formação de agentes turísticos e de proprietários de casas para o turismo de habitação; em relação a estes últimos as acções devem situar-se nos planos seguintes: técnico – recuperação equipamento, gestão, etc.; acolhimento de turistas; [...] profissionalizar os actores do meio rural (proprietários, artesãos) nas actividades relacionadas com o turismo».

(AAVV, 1993: 25-33)

O cenário encontrado na Madeira em relação aos proprietários destes empreendimentos, não se distancia muito do já encontrado em estudos efetuados em Portugal Continental, em especial os já referenciados ao longo desta investigação, pelo que com base nestes e nas respostas recebidas podemos concluir que para maioria dos proprietários o investimento nestas Casas de Campo foi fruto da necessidade de manter economicamente um edifício que haviam comprado inicialmente para uso próprio ou que herdaram e não como resultado de uma forte motivação para o setor turístico ou de experiência profissional anterior na atividade turística, o que se irá repercutir na procura turística do TER e no conseqüente impacto económico e sociocultural do mesmo no espaço rural.

A legislação portuguesa, até 2011, exigia uma «Carteira Profissional» aos diretores hoteleiros, subdiretores e assistentes de direção de estabelecimentos hoteleiros para o exercício da respetiva profissão, a qual só era concedida mediante o cumprimento

de determinados requisitos. Através do Decreto-Lei nº 49/2011 de 8 de abril⁶⁸, esses requisitos foram eliminados, uma vez que não se enquadravam nos princípios orientadores para a regulamentação das profissões - reforma da formação profissional, aprovada pela Resolução do Conselho de Ministros n.º 173/2007, de 7 de Novembro⁶⁹. No entanto no Decreto-Lei acima mencionado, é salvaguardada a necessidade de competências específicas para o exercício desta profissão:

«Além disso, de uma análise de direito comparado, resulta que a maioria dos Estados membros da União Europeia opta pelo acesso livre à profissão. Não se pretende afastar a necessidade de qualificação dos recursos humanos do sector do turismo, em particular daqueles que exercem as funções de director de hotel, verificando-se, isso sim, que não deve competir ao Estado garantir essa qualificação, para tal bastando o normal funcionamento do mercado de trabalho, com as entidades empregadoras a procurarem, em cada momento, os recursos humanos habilitados com as competências adequadas ao perfil pretendido para o exercício das respectivas funções».

(Decreto-Lei nº 49/2011 de 8 de Abril)

Conforme nos foi possível verificar, os proprietários/representantes das Casas de Campo, não se encontram *«habilitados com as competências adequadas ao perfil pretendido para o exercício das respectivas funções»* e de acordo com o referido no diploma legal subentende-se que *«o normal funcionamento do mercado»* pode terminar o sucesso ou insucesso do empreendimento na perspetiva empresarial e do desenvolvimento sustentável do TER na Madeira:

«El turismo rural se revela como un motor de desarrollo sostenible del medio rural [...]. Uno de los lastres más pesado es la mentalidad de los empresarios rurales que al no ver en el turismo rural su principal fuente de ingresos, se esfuerzan muy poco en estos negocios renunciando a gestión profesional de sus establecimientos turísticos. Al mismo tiempo, la oferta de actividades complementarias y micro equipamientos es habitualmente inexistente. Todas estas circunstancias impiden satisfacer a una demanda exigente, y por consiguiente la propuesta de desarrollo turístico a partir del turismo puede acabar reduciéndose a una quimera».

(Caldito, 2008: 32)

De acordo com o regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos, os proprietários ou os seus representantes podem ou não residir no empreendimento. Apesar de não ser obrigatório para esta modalidade TER,

⁶⁸ Decreto-Lei nº 49/2011, de 8 de Abril, do Ministério da Economia e Inovação (Diário da República I Série – Número 70, de 8 de Abril de 2011).

⁶⁹ Resolução do Conselho de Ministros nº 173/2007, de 7 de Novembro, Presidência do Conselho de Ministros (Diário da República Série I – Número 214, de 7 de Novembro de 2007).

seria conveniente que o proprietário ou o seu representante habitasse no empreendimento ou na proximidade do mesmo para que conseguisse de forma mais eficaz oferecer ao visitante o «*ambiente de natureza familiar*» e o contacto frequente entre o proprietário e visitante, caraterísticos deste tipo de turismo. Nas entrevistas efetuadas constatámos que nenhum dos proprietários/representantes habitava no empreendimento, à exceção de dois proprietários (12%) que confirmaram residir na proximidade do empreendimento turístico.

2.2.3 A OFERTA E DIVULGAÇÃO TURÍSTICA

No que concerne a **capacidade de alojamento** dos empreendimentos em estudo, nenhum excedia o limite máximo. Por outro lado, as respostas dos proprietários coincidiram com a informação disponibilizada pela Direção Regional de Turismo:

Quadro 12 – Capacidade de Alojamento e Nº de Edifícios

Concelho	Casa	Nº de Quartos	Nº de Camas	Nº de Edifícios
Calheta	Casa Nº 1	4	18	4 Casas
	Casa Nº 2	4	7	1 Casa
	Casa Nº 3	3	6	1 Casa
	Casa Nº 4	2	4	2 Casas
	Casa Nº 5	4	8	2 Casas
	Casa Nº 6	7	14	4 Casas
Ponta do Sol	Casa Nº 7	5	9	1 Casa
Porto Moniz	Casa Nº 8	7	14	3 Casas
Ribeira Brava	Casa Nº 9	4	7	3 Casas
Santa Cruz	Casa Nº 10	4	8	4 Casas
	Casa Nº 11	7	14	3 Casas
	Casa Nº 12	3	6	2 Casas
	Casa Nº 13	5	10	1 Casa
	Casa Nº 14	3	6	1 Casa
Santana	Casa Nº 15	3	6	3 Casas
	Casa Nº 16	8	20	7 Casas

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por DRT (2012).

Ao analisarmos o quadro anterior verificámos que estes empreendimentos apresentavam um número reduzido de unidades de alojamento (uma média de cinco), sendo 15 o número máximo exigido por lei, o que representa 33% da capacidade de alojamento que poderiam atingir. Por outro lado, em algumas das Casas de Campo que possuem um único edifício, devido à estrutura do mesmo, os proprietários optam por reservar a casa na totalidade, quer seja ocupada por duas ou mais pessoas. Este cenário irá posteriormente repercutir-se nas taxas de ocupação-cama e na própria rentabilização da Casa de Campo.

No que se refere à **caracterização** das Casas de Campo da presente amostra, elaborámos alguns quadros cuja intenção foi associar os resultados das respostas às entrevistas realizadas aos proprietários/representantes com as visitas que efetuámos aos empreendimentos.

Um dos pontos que pretendíamos analisar era se os imóveis em estudo se integravam, pela sua traça, materiais de construção e demais características, na arquitetura típica local. Nesta parte estudámos os antecedentes históricos do imóvel, as suas características arquitetónicas e a decoração interior.

Quadro 13 – Integração das Casas de Campo na Arquitetura Típica Local

Entrevista aos Proprietários/ Representantes e Visita ao Imóvel		Casas	%
Antecedentes Históricos	Casa Familiar Tradicional Madeirense	15	94
	Antigo Armazém	1	6
	Total	16	100
Caraterísticas Arquitetónicas	Casa de Campo (Traça Madeirense Senhorial)	11	69
	Casa Rústica	4	25
	Solar (casa apalaçada)	1	6
	Total	16	100
Decoração de Interiores	Tradicional Madeirense Senhorial	9	56
	Tradicional Madeirense Rústica	5	32
	Simple e Moderna	2	12
	Total	16	100

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por Entrevista aos Proprietários/Representantes das Casas de Campo (2012).

Quanto aos **antecedentes históricos**, 94% dos atuais imóveis foram originalmente casas familiares, com traça arquitetónica tradicional madeirense, perfeitamente integradas na arquitetura local que sofreram processos de recuperação e restauração. Um único imóvel (6%) teve origem num antigo armazém que foi restaurado e adaptado a este tipo de empreendimento turístico, mantendo a traça arquitetónica original. Dependendo das características arquitetónicas do imóvel inicial, 69% apresentavam um estilo madeirense senhorial de casa de campo, 25% um estilo rústico e 6% um estilo apalaçado (um solar).

Na **decoreção dos interiores** a maioria dos imóveis optou por uma decoreção tradicional madeirense (87%). Destes, 56% preferiram o estilo senhorial, alguns com móveis antigos em madeira de vinhático e, 32% o estilo rústico. Apenas dois imóveis (12%) escolheram uma decoreção de interiores simples e moderna.

Nas visitas que efetuámos aos empreendimentos constatámos que todos cumpriam com os requisitos legais em relação a: instalações, equipamentos, estruturas, limpeza e arrumação. Por esse motivo decidimos apontar quais os **equipamentos adicionais** que estas Casas de Campo disponibilizavam aos visitantes, sem obrigatoriedade legal.

Quadro 14 – Equipamentos Adicionais

Entrevista aos Proprietários/ Representantes e Visita ao Imóvel		Sim	%	Não	%	Total	% Cumulativa
Equipamentos	TV	15	94	1	6	16	100
	Internet	8	50	8	50	16	100
	Churrasqueira	13	81	3	19	16	100
	Piscina Exterior	6	37	10	63	16	100
	Croquet	1	6	15	94	16	100
	Sala de Jogos	4	25	12	75	16	100

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por Entrevista aos Proprietários/Representantes das Casas de Campo (2012).

Nos equipamentos suplementares saliente-se que a possibilidade de jogar «Croquet» é disponibilizada apenas por uma casa (6%). A base desta política radica na nacionalidade dos proprietários dessa casa, descendentes de ingleses que se fixaram na ilha da Madeira durante o século XIX, sendo igualmente o seu principal mercado emissor, o inglês. As salas de jogos e as piscinas tinham uma fraca representatividade nestes imóveis, 25% e 37% respetivamente.

A churrasqueira foi considerada pela maioria dos proprietários (81%) um equipamento essencial, provavelmente por uma questão cultural, muito arrolada com a gastronomia regional.

O acesso à Internet era concedido por metade dos empreendimentos (50%). Nos oito empreendimentos em que não era oferecido, questionámos os proprietários sobre a opinião dos visitantes a esse respeito. Alguns proprietários afirmaram estar a equacionar a hipótese de instalá-lo no empreendimento, devido aos recentes pedidos dos hóspedes. Outros proprietários confirmaram que tinham acesso à Internet no empreendimento unicamente para uso próprio e que o disponibilizavam, a título excepcional, a algum hóspede que demonstrasse muita necessidade.

Um proprietário, já aposentado, cujo empreendimento não tem acesso à Internet e que é o único que também não disponibiliza TV, enquanto os outros 15 empreendimentos (94%) dispõem de um ou mais televisores, justificou a sua opção em não oferecer ao visitante qualquer tecnologia, uma vez que na opinião dele, «quando ele se desloca para uma casa no campo, quer estar em contacto com a natureza, num ambiente puro, propício à meditação e não quer ser incomodado». Após alguma

insistência da nossa parte, o proprietário confessou que já tivera hóspedes que não partilhavam dessa opinião, «mas que a maioria dos seus hóspedes não reclamava»⁷⁰.

Em nossa opinião, este proprietário demonstrou que estava a partir de um pressuposto, que todos os seus hóspedes pensavam e patenteavam necessidades e expectativas idênticas às dele, o que não se adequa a estudos já efetuados sobre este tipo de turismo, nos quais se evidenciam conclusões semelhantes à seguinte:

«O alojamento, a sua história e contextualização, a qualidade da intervenção arquitectónica, os detalhes da decoração interior e a prestação de um serviço de excepção, a venda de produtos artesanais e produtos agrícolas, de preferência certificados, as actividades de animação, as identidades e valores, culturais locais, as “novas” sensações para o “novo” turista, serão as componentes chave do desenvolvimento de eventuais produtos turísticos, nestas regiões de interior».

(Monteiro e Carvalho, 2006: 55-56)

No âmbito do **serviço de refeições** e como existiam estabelecimentos de restauração, a menos de 5 km das Casas de Campo em estudo, nenhuma oferecia qualquer refeição principal (almoço ou jantar) aos seus hóspedes.

Quadro 15 – Serviço de Pequeno-almoço

Entrevista aos Proprietários/Representantes e Visita ao Imóvel	Casas	%
Pequeno-almoço	5	31
Pequeno-almoço se Solicitado	1	6
Só Alojamento	10	63
Total	16	100

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por Entrevista aos Proprietários/Representantes das Casas de Campo (2012).

Pareceu-nos que enquanto em relação às refeições principais estes empreendimentos turísticos cumpriam os requisitos legais, o mesmo não acontecia em analogia com os pequenos-almoços. De acordo com a lei, o pequeno-almoço é um serviço que deverá estar incluído no preço do alojamento. Reconhecemos que unicamente cinco empreendimentos (31%), cumpriam esse requisito legal. Uma das Casas de Campo (6%) informou-nos que fornecia pequenos-almoços se o hóspede solicitasse com antecedência e pagasse o respetivo suplemento.

⁷⁰ Entrevista aos Proprietários/Representantes das «Casas de Campo» (2012).

Nos **serviços de atividades complementares de animação**, 14 empreendimentos (88%) confirmaram não brindar os seus hóspedes com qualquer tipo de animação, enquanto dois empreendimentos (12%) atestaram que os seus hóspedes eram convidados a participar nas lides agrícolas.

Quadro 16 – Animação

Entrevista aos Proprietários/Representantes e Visita ao Imóvel		Casas	%
Serviços de Atividades Complementares de Animação	Possibilidade de participar nas atividades agrícolas	2	12
	Nenhum	14	88
	Total	16	100

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por Entrevista aos Proprietários/Representantes das Casas de Campo (2012).

Estas duas Casas de Campo possuíam áreas agrícolas integradas no empreendimento, de reduzidas dimensões, facto que as impediu de solicitar a classificação do imóvel na modalidade de agroturismo. Outros dois empreendimentos continham pequenas áreas agrícolas adjacentes mas não permitiam que os visitantes participassem nas tarefas agrícolas.

Através destes resultados constatamos que os proprietários não concedem à animação turística a importância que esta merece e não compreendem que:

«Proporcionar aos turistas das áreas rurais uma oferta completa e diversificada, ou seja que inclua para além do alojamento actividades de animação e diversão turística é fundamental [...e que] importa também ter presente que em destinos rurais o turista procura, principalmente, actividades de animação com elevado grau de autenticidade, integradas nas particularidades da vida local».

(Jesus, Kastenholz e Figueiredo, 2008: 5-6)

Nos empreendimentos de turismo em espaço rural é permitida a **comercialização de produtos artesanais e gastronómicos** produzidos no próprio empreendimento ou na região em que está inserido.

Quadro 17 – Comercialização de Produtos

Entrevista aos Proprietários/Representantes e Visita ao Imóvel		Casas	%
Comercialização de Produtos Artesanais e Gastronómicos	Do Empreendimento	3	19
	Da Região	1	6
	Do Empreendimento e da Região	1	6
	Não Comercializam Produtos	11	69
	Total	16	100

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por Entrevista aos Proprietários/Representantes das Casas de Campo (2012).

Dos inquiridos, 11 empreendimentos (69%) não comercializavam qualquer produto, três (19%) vendiam unicamente produtos produzidos no próprio empreendimento, um (6%) comercializava produtos da região e outro (6%) negociava ambos, os da região e os produzidos no próprio empreendimento.

Na sequência das nossas visitas observámos que na maioria dos jardins dos empreendimentos existiam árvores de fruta, sendo a fruta oferecida aos visitantes a título gratuito. Atitude que segundo a opinião dos proprietários, era muito elogiada pelos hóspedes.

Num estudo efetuado por Carminda Cavaco sobre o «Comércio Retalhista em Espaço Rural», a autora refere que a procura deste tipo de produtos reside essencialmente nos visitantes e explica os motivos:

«A venda a retalho de produtos alimentares frescos nos espaços rurais (com exceção do pão e do peixe) dirige-se quase só a gente de fora, sem produção própria, e a uma clientela de passagem de origem urbana, que se passeia lentamente pelas estradas secundárias e pelos caminhos, nos fins de semana. Esta revela forte apetência por bens tidos como de qualidade (colheita do dia, grande frescura, adequada grau de maturação, excelente sabor, circuito curto-limpeza-pureza, natureza, campestre) e preço suposto convidativo (produtor-consumidor), sem intervenção de grossistas e intermediários».

(Cavaco, 1999:125)

Conforme pudemos comprovar existe procura para a comercialização de produtos locais, no entanto a maioria dos proprietários das Casas de Campo não está a assumir esta hipótese de multifuncionalidade que bem aproveitada poderia tornar-se num complemento de rendimento para as populações rurais, contribuindo assim para o desenvolvimento sustentável do TER.

A legislação prevê igualmente que as Casas de Campo disponham de **informação escrita bilingue dirigida aos visitantes**, em português e numa língua oficial da união europeia.

Quadro 18 – Informação Escrita: Idiomas

Entrevista aos Proprietários/Representantes e Visita ao Imóvel	Casas	%
Português e Inglês	10	63
Português, Inglês, Francês e Alemão	6	37
Total	16	100

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por Entrevista aos Proprietários/Representantes das Casas de Campo (2012).

Para além da língua portuguesa a totalidade dos empreendimentos dispunha de informação escrita para os seus hóspedes em línguas estrangeiras. No que se refere à língua estrangeira, 10 casas (63%) optaram por um único idioma estrangeiro, o inglês. As restantes 6 casas (37%), tendo em consideração a sua procura turística, preferiram utilizar três idiomas estrangeiros, o inglês, o francês e o alemão.

Como já sublinhámos anteriormente, o diploma legal regulamenta para além dos idiomas, os tópicos da informação escrita. O cenário que encontramos, em nossa opinião, não cumpre inteiramente com os requisitos legais, no entanto os proprietários manifestaram uma opinião contrária à nossa.

Numa primeira análise podemos afirmar que todos os empreendimentos cumpriam com alguns tópicos de informação: as condições gerais da estada e normas de utilização do empreendimento, os equipamentos e regras de utilização, as áreas reservadas do empreendimento e os produtos comercializados.

Quadro 19 – Informação Escrita: Tópicos Não Contemplados (I)

Entrevista aos Proprietários/Representantes e Visita ao Imóvel	Info. Escrita	%	Info. Verbal	%	Total Casas	% Cumulativa
Património Turístico, Natural, Histórico, Etnográfico, Cultural, Gastronómico e Paisagístico da Região onde o Empreendimento se Situa	4	25	12	75	16	100
Eventos Tradicionais (Religiosos e Outros)	0	0	16	100	16	100
Localização das Farmácias e dos Serviços Médicos mais Próximos	4	25	12	75	16	100
Meios de Transporte Público que Sirvam o Empreendimento e Vias de Acesso aos mesmos	4	25	12	75	16	100

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por Entrevista aos Proprietários/Representantes das Casas de Campo (2012).

As principais características da amostra podem ser resumidas em dois aspetos fundamentais:

- Apenas quatro casas (25%) cumpriam minimamente os requisitos legais, uma vez que duas delas não nos mostraram a informação escrita, alegando que não dispunham de nenhum exemplar no momento, embora a informação em causa fosse idêntica à disponibilizada no *site* da Casa de Campo;
- As restantes (75%) não cumpriam com os requisitos legais, embora os proprietários em causa tenham discordado desta opinião. Afirmaram que entregavam aos seus hóspedes folhetos informativos e guias turísticos onde constava essa informação, fornecidos pela Direção Regional de Turismo. Os documentos em causa tinham um carácter muito genérico, destituído de especificidades relativas aos concelhos da Madeira, pelo que não deveriam ser considerados no quadro da Informação Escrita que deveria ser apresentada pelo empreendimento. Quando confrontados com este juízo, os proprietários responderam que se o hóspede questionasse algo sobre o concelho, a informação desejada seria cedida verbalmente, o que também contraria o regulamentado por lei, em nossa opinião.

Por outro lado, consultámos os *sites* da Internet das duas casas (12%) que afirmaram dispor de toda a informação escrita, conforme previsto na lei, apesar de não termos conseguido visualizá-la, e que era idêntica à do *site* da casa na Internet. Da consulta que efetuámos, concluímos que a informação em causa era muito reduzida e que não se enquadrava no pretendido.

A título de exemplo, reproduzimos a informação que consta num dos *sites* de uma dessas casas, situada no concelho da Calheta. Nesse *site*, no separador «*Atividades*», lia-se o seguinte:

Figura 25 – Site de uma Casa de Campo - «Atividades»

Praia

Sendo uma das melhores praias de areia amarela da ilha da Madeira, a 3 minutos de carro encontra-se a praia da Calheta.

É um dos pontos a visitar e aproveitar para dar um mergulho.

Passeios de barco e outras actividades disponíveis, sob marcação.

Casa das Mudás

Para os apreciadores de arte, a não perder a visita à Casa das Mudás – Centro de Artes. Para além da exposição permanente, possui um programa cultural variado ao longo do ano. Pode também ou apenas apreciar a magnífica vista sobre a vila da Calheta.

Montanha

A apenas 15 minutos de carro, encontra-se o Parque Natural da Madeira com a sua floresta laurissilva, declarada Património Mundial pela UNESCO.

Recomendamos algum tempo reservado para esta visita, para que possa apreciar a beleza natural deste local e que se tem mantido desde há milénios.

Levadas

Descubra pessoalmente as "levadas" e as "veredas" que serpenteiam por entre as encostas da ilha e, com calçado apropriado e confortável, viverá uma experiência memorável.

Recomendamos que alguns dos passeios sejam feitos com um guia credenciado, sob marcação.

Fonte: <http://www.casansconceicao.com/actividades.html> [16-XI-2012]).

Da análise deste fragmento podemos concluir que a informação sobre o património turístico, cultural, histórico, etnográfico e gastronómico, é praticamente nula ou inexistente. Sendo o concelho da Calheta, conforme teremos hipótese de apresentar no capítulo seguinte, aquele que detém maior número de imóveis classificados e eventos, a seguir ao concelho do Funchal, esta Casa de Campo referiu, na sua informação escrita, unicamente o «*Centro de Artes – Casa das Mudás*». Para além desta referência, encontrámos no mesmo *site*, num outro separador denominado «*Breve História*», uma apresentação muito breve da freguesia do Estreito da Calheta e outra mera referência à Capela que originou a denominação da Casa de Campo:

Figura 26 – Site de uma Casa de Campo - «Breve História»

Breve História

SOBRE O ESTREITO DA CALHETA

A freguesia do Estreito da Calheta fica situada no Concelho da Calheta, que é o maior concelho da ilha com os seus 116 km².

Esta freguesia foi uma das primeiras a serem povoadas e sujeitas à exploração agrícola, no séc. XV, e tem-se mantido uma vila agrícola, destacando-se as culturas da vinha e da cana-de-açúcar, mas incluindo também a batata, a batata-doce e o feijão.

A população actual é de aproximadamente 2.000 pessoas, devido às migrações para países como a Venezuela e a África do Sul.

SOBRE A CAPELA DE NOSSA SENHORA DA CONCEIÇÃO

Situada no Sítio da Igreja Abaixo, esta capela foi fundada em 1873 por André de França Andrade.

Reza a história que André de França Andrade era um fidalgo que foi o primeiro povoador a se radicar nestas terras ao ser-lhe concedida uma fazenda que seria mais tarde a origem da primeira povoação do Estreito da Calheta.

Fonte: <http://www.casansconceicao.com/hist.html> [16-XI-2012]).

Quanto à informação relativa à localização das farmácias e dos centros médicos mais próximos, ainda no *site* desta casa podemos ler o seguinte:

Figura 27 – Site de uma Casa de Campo - «Facilidades»

Farmácia a 3 minutos de carro.

Centro de Saúde a 5 minutos de carro.

Fonte: <http://www.casansconceicao.com/facilidades.html>
[16-XI-2012]).

O *site* não exibe qualquer mapa ou planta que indique qual a rota a seguir para encontrar a farmácia ou o centro de saúde, logo não apresenta uma localização, mas apenas a distância em termos de tempo, para um percurso de carro.

Em termos de meios de transporte público que sirvam o empreendimento e vias de acesso aos mesmos, não descobrimos qualquer referência no *site* da casa de Campo.

Conforme referimos, para além desta Casa de Campo, recebemos uma resposta idêntica de um outro empreendimento. Ao consultarmos o *site* desse empreendimento verificámos que as informações contidas nesse *site* seguiam de perto uma conceção muito semelhante às da Casa anterior, pelo que não vimos necessidade de reproduzi-las.

A questão relativa aos «*eventos tradicionais (religiosos e outros)*» foi um tema que apesar de estar incluído no património cultural, decidimos coloca-lo separadamente, uma vez que se julga ser uma das formas mais eficazes para propiciar o contacto dos visitantes com a população local. Conforme pudemos constatar pelas respostas às entrevistas, é um tema sobre o qual nenhum dos proprietários (100%) demonstrou interesse em divulgar.

Após a análise que fizemos aos *sites* das duas Casas de Campo, em nossa opinião, a versão final do quadro anterior deverá ser a seguinte:

Quadro 20 – Informação Escrita: Tópicos Não Contemplados (II)

Entrevista aos Proprietários/Representantes e Visita ao Imóvel	Info. Escrita	%	Info. Verbal	%	Total Casas	% Cumulativa
Património Turístico, Natural, Histórico, Etnográfico, Cultural, Gastronómico e Paisagístico da Região onde o Empreendimento se Situa	2	12	14	86	16	100
Eventos Tradicionais (Religiosos e Outros)	0	0	16	100	16	100
Localização das Farmácias e dos Serviços Médicos mais Próximos	2	12	14	86	16	100
Meios de Transporte Público que Sirvam o Empreendimento e Vias de Acesso aos mesmos	2	12	14	86	16	100

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por Entrevista aos Proprietários/Representantes das Casas de Campo e consulta aos *sites* das Casas de Campo (2012).

Neste cenário, somente dois empreendimentos (12%) cumpriam com todos os requisitos legais na informação escrita dirigida aos hóspedes, o que poderá transformar-se num grave constrangimento para a própria área rural:

«Se é reconhecido que o verdadeiro encanto do mundo rural está no equilíbrio existente entre comunidades e territórios, o aproveitamento dos espaços para o turismo implica que o potencial endógeno seja estrategicamente valorizado, não só para benefício das actividades económicas como das pessoas em geral. De modo a que os proveitos sejam distribuídos em moldes de rentabilidade, de equidade e de justiça».

(Ferreira, 2004: 477)

No mercado turístico atual qualquer tipo de organização, para competir deve conhecer bem os seus visitantes, quem são e o que desejam. Devem igualmente saber **divulgar os seus produtos turísticos** aos potenciais clientes e conseguir convencê-los a efetuar a compra (WTO, 1997: 159).

Segundo um estudo efetuado sobre a promoção do turismo em espaço rural no Brasil, o autor chegou às seguintes conclusões:

«Especificamente no âmbito rural, um dos principais desafios que deve conseguir o marketing turístico consiste em satisfazer as necessidades e demandas dos turistas cada vez mais heterogêneos e que exigem produtos e serviços adaptados aos seus desejos. Assim como em outros segmentos, a aplicação de uma estratégia de marketing desempenha um papel fundamental na gestão turística do ambiente rural... na realidade, o mais problemático é fazer com que os clientes potenciais conheçam o produto e facilitar a sua aquisição».

(Bahia e Dias, 2010: 755-756)

Uma das questões que colocámos aos proprietários foi como divulgavam o seu produto turístico.

Quadro 21 – Divulgação

Entrevista aos Proprietários/Representantes e Visita ao Imóvel	Casas	%
Internet		
Site Próprio e Outros Sites	6	38
Site Próprio e Outros Sites e Rede Social	5	31
Outros Sites e Rede Social	1	6
Outros Sites (somente)	4	25
Total (Internet)	16	100
Agências de Viagens	6	38
Operadores Turísticos	1	6

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por Entrevista aos Proprietários/Representantes das Casas de Campo (2012).

Os elementos distintivos desta amostra podem ser resumidos em três perspetivas primordiais:

- Claro predomínio da Internet como meio de divulgação: 16 casas (100%) divulgam o seu produto turístico através da Internet. A maioria das casas (69%) opta pela divulgação através de *site* próprio e outros *sites*, sendo que cinco casas (31%) acresceu a este tipo de divulgação a rede social. As restantes cinco casas (31%) não possuem *site* próprio, escolheram a divulgação através de outros *sites* e apenas uma delas (6%), para além dos outros *sites*, decidiu-se pelas redes sociais;
- Representação relativa nas agências de viagens: seis casas (38%) confirmaram a existência de contratos a este nível;

- Uma fraca presença na contratação com operadores turísticos, registada por uma casa (6%) apenas.

Como já referimos anteriormente a maioria dos proprietários decidiu investir no TER devido à localização e às características do empreendimento e não por uma motivação de fundo para este produto turístico específico. Quando abordados sobre quais seriam os outros *sites* em que divulgavam o empreendimento, as respostas foram muito evasivas e a maioria não nos concedeu informação específica. Alguns ainda referiram o *site* «www.booking.com». Ao tentarmos descobrir quais os *sites*, numa pesquisa efetuada através do motor de busca «Google», verificámos que algumas casas surgiam em mais de 20 *sites* diferentes. O que numa primeira análise poderia parecer-nos um bom indicador, numa análise aos *sites* em causa, detetámos que muitos deles não estavam direcionados para o TER. Ao inquirirmos a Associação Madeira Rural sobre este episódio, o representante da associação informou-nos que apesar da associação já ter alertado os seus associados para esta «*falta de estratégia*», a mesma continuava a ser uma prática corrente entre os empresários TER na Madeira.

Nesta linha, seria relevante que os proprietários das Casas de Campo tivessem em consideração, o seguinte:

«Com o crescimento da Internet, o desafio que se coloca aos gestores é não só o de atrair clientes a visitar os seus sítios, como também fidelizá-los. Até há pouco tempo, a conquista de novos clientes representava uma das principais tarefas do marketing. Actualmente, com o crescimento da concorrência e conseqüente aumento da oferta de produtos, a fidelização dos clientes tem vindo a tornar-se numa questão cada vez mais importante para a futura viabilidade das empresas».

(Melo, 2003: 158)

A título de exemplo e para ilustrar melhor a situação, apresentamos seguidamente o texto de apresentação de três Casas de Campo no *site* «www.booking.com»:

Quadro 22 – Descrição das Casas na Internet (Booking.com)

Casa	Descrição	Atividades
Casa de Nossa Senhora da Conceição	<p>«A Casa Nossa está instalada uma casa tradicional madeirense e fica situada numa posição elevada nas colinas tranquilas. Disponibiliza vistas para a zona do Estreito da Calheta e para o Oceano Atlântico.</p> <p>Os quartos proporcionam uma decoração tradicional e vistas pitorescas para a zona campestre circundante de Calheta ou para o Oceano Atlântico. Cada quarto tem aquecimento, um rádio e uma casa de banho privada.</p> <p>O bar da Casa Nossa Senhora Da Conceição serve uma selecção de snacks ligeiros e bebidas. Também está disponível serviço de quartos.</p> <p>O Parque Natural da Madeira, com a sua floresta subtropical única, foi classificado como Património Natural Mundial pela UNESCO e fica a 20 minutos de carro da Casa. O Aeroporto Internacional da Madeira encontra-se a 45 minutos de carro.»</p>	«Caminhadas»
	Fonte: http://www.booking.com/hotel/pt/casa-nossa-senhora-da-conceicao.pt [06-XI-2012].	
Casa da Avó Beatriz	<p>«Situada numa encosta com vista sobre colinas verdes e o Oceano Atlântico, a Casa D'Avó encontra-se inserida numa renovada herdade rústica. Apresenta uma piscina exterior com terraço e acesso Wi-Fi gratuito.</p> <p>O estilo tradicional do edifício é combinado com quartos com modernos interiores, decorados com pisos em parquet, e equipados com televisões de ecrã plano por cabo e um sofá, sendo que cada um dos quartos abre para uma varanda privativa com vistas panorâmicas.</p> <p>É disponibilizada uma cozinha comum equipada com fogão, forno micro-ondas, frigorífico e torradeira para os hóspedes prepararem refeições.</p> <p>A Casa D'Avó Beatriz fica a menos de 2 km a subir de Gaula, onde podem ser encontrados muitos restaurantes locais e cafés. Os hóspedes podem também relaxar no jardim e saborear bebidas frescas e vinhos locais no bar no hotel.</p> <p>Santa Cruz fica a 4 km de distância do Hotel Casa D'Avó e Aeroporto Internacional da Madeira encontra-se a de 20 minutos de carro. É providenciado estacionamento privativo gratuito no local.»</p>	«Solário, Caminhadas»
	Fonte: http://www.booking.com/hotel/pt/casa-d-avo-beatriz.pt [06-XI-2012].	
Casas de Campo do Pomar	<p>«Situado na reserva da biosfera da Madeira, protegida pela UNESCO, o Casas de Campo do Pomar está rodeado por um extenso jardim tropical. O início de uma Levada da Madeira começa a 6 km da propriedade.</p> <p>As villas e os quartos estão equipados com ar condicionado, kitchenette e televisão por cabo. Todos os quartos dispõem de um pátio privado com vistas das montanhas e alguns possuem uma rede de descanso.</p> <p>O serviço de quartos está disponível no Casas de Campo do Pomar e o pequeno-almoço continental é servido diariamente. Os hóspedes podem desfrutar de uma grande área comum, incluindo um bar, onde o acesso Wi-Fi está disponível gratuitamente.</p> <p>A propriedade oferece uma sala de jogos com dardos, bilhar e karaoke. A recepção 24 horas pode organizar muitas actividades nas proximidades, incluindo pesca, caminhadas ou aluguer de bicicletas.</p> <p>Um serviço de transporte de/para o aeroporto é fornecido mediante pedido. O Aeroporto da Madeira fica a cerca de 20 km.»</p>	Pesca, Sala de Jogos, Bilhar, Karaoke, Setas, Caminhadas»
	Fonte: http://www.booking.com/hotel/pt/casas-de-campo-do-pomar.pt [06-XI-2012].	

Fonte: www.booking.com [6-XI-2012]

Em nenhuma das descrições das três casas foi referido que estavam classificadas como turismo em espaço rural. Na primeira existia uma referência ao estilo do imóvel «*casa tradicional madeirense*», na segunda referiu-se que a casa estava «*inserida numa renovada herdade rústica*» e na terceira foi simplesmente mencionada a denominação da casa «*Casas de Campo do Pomar*». Nenhuma destas referências implica que a casa se enquadre neste tipo de turismo.

Quanto à relação que estes proprietários decidiram efetuar entre os seus empreendimentos e o património da região, verifica-se uma forte predominância para o património natural, quer na descrição das casas, quer nas atividades sugeridas. Em nenhuma delas encontramos uma simples referência ao património cultural e se considerarmos que «*[b]uying online is commonplace, particularly for advance purchase of travel and tourism services*» (WTO, 2007a: 125), esta opção por parte dos proprietários das Casas de Campo, pode influenciar fortemente a procura turística dos seus empreendimentos:

«Assim, um enfoque muito particular deve ser dado, às pessoas e ao seu desempenho pessoal e profissional, à sua capacidade para organizarem o destino turístico e todos os seus recursos, de modo a oferecerem um produto, ou produtos autênticos, reunindo todos os condimentos de qualidade, intrínseca e percebida pelos turistas, que confira agradabilidades procuradas, pois, uma oferta que não corresponda às expectativas da procura, que não se configure com o conceito de promoção efectuada, frustrará a imagem do espaço como destino, pelas experiências de desagrado vividas por quem as visita».

(Ferreira, 2004:477)

Numa pesquisa, no motor de busca «Google», intitulada «*rural tourism in Madeira*», surgiu-nos em primeiro lugar o *site* da Associação Madeira Rural (AMR), ao qual apenas pertenciam sete casas (44%) da amostra. Um outro *site* que apareceu entre os primeiros foi o «*www.allrural.com*», neste apenas 6 casas da amostra estavam representadas, juntamente com outras casas que não constavam da lista da DRT como casas licenciadas para este tipo de turismo. Apresentamos seguidamente as descrições de algumas das casas da amostra, presentes neste *site*:

Quadro 23 – Descrição das Casas na Internet (Allrural.com)

Denominação	Descrição
Calhau Grande Arco da Calheta	«Empreendimento Com 6 Casas De Pedra Antigas, Independentes, Recuperadas, Com Piscina, Jardins, Pomar, Horta E Estacionamento. É Um Local Ideal Para Disfrutar Do Sossego, Do Sol, Do Ar Puro, Da Paz E Da Excelente Vista Mar (180º) Que A Localização Oferece.»
Casa do Massapez Calheta	«Situada Na Freguesia Do Arco Da Calheta, A Cerca De 45 Minutos Do Aeroporto, A Casa Do Massapez Está Integrada Num Espaço Rural Tipicamente Madeirense, Onde A Dualidade Montanha/mar Está Sempre Presente E Interligada.»
Casa de Nossa Senhora da Conceição Estreito da Calheta	«This Country House Is Located In Madeira Island In A Privileged Location In A Rural Area, Where Tranquillity And Fresh Air Are A Given. While Staying In This Property, And Apart From The Ideal Rest, You May Also Participate In The Daily Activities.»
Quinta de São Lourenço Fajã da Ovelha	«This Estate Is Comprised Of 1.200 Metres Square Of Open Green Space. Its Tranquillity, Pure Fresh Air And Overwhelming Natural Beauty, With The Ocean In The Foreground, Assures You Of A Relaxing Holiday In Direct Contact With Nature.»
Casas de Campo do Pomar Santana	«Complexo Familiar Situado Numa Das Freguesias Mais Belas Do Norte Da Ilha Da Madeira, Santana, Senão A Mais Pitoresca, Conhecida Pelas Suas Casas De Colmo. Dispõe De Um Pequeno Jardim Bem Como De Uma Adega, Onde Poderão Apreciar Uma Prova De Vinhos Da Mad»
Vila Joaninha Santo António da Serra	«Casa Senhorial, Mobilada Com Requite E Bom Gosto, Completamente Renovada Em 1999. Situada Em Zona De Rara Beleza Natural, Numa Quinta De 14.000 Metros Quadrados, Frente Ao Campo De Golf Do Santo Da Serra E Distante, Cerca De 300 Metros Do Centro Da Aldeia»

Fonte: <http://www.allrural.com/mundo/europa/portugal//index/alem/182/32> [6-XI-2012]

Pelo que nos foi possível compreender o *site* «www.allrural.com» dispunha de um número reduzido de caracteres para a descrição de cada empreendimento, o que deve ter provocado a ocorrência de algumas descrições incompletas. Na data que fizemos a pesquisa, o *site* só estava disponível num idioma estrangeiro, no entanto as descrições dos empreendimentos encontravam-se, umas em português, outras em inglês ou em alemão. Como não conseguimos consultar o *site* nos outros idiomas, não descobrimos se o idioma de descrição de cada casa era opção do proprietário ou se estávamos perante um problema do próprio *site*.

No entanto, ao analisarmos as descrições dos empreendimentos e apesar deste ser um *site* dirigido ao turismo em espaço rural, os atrativos turísticos escolhidos pelos proprietários incidiram essencialmente no património natural. Um único empreendimento, «Casas de Campo do Pomar», iniciou a sua descrição apelando para o ambiente familiar da casa e em relação ao património da região colocou em primeiro plano o património cultural, citando a habitação rural e o vinho Madeira. Do património natural, apenas referiu a beleza natural da freguesia.

Julgamos que este tipo de atitude por parte dos proprietários possa prender-se com o estereótipo que construíram sobre os seus hóspedes, o qual pelo que conseguimos perceber poderá estar relacionado com a maior ou menor proximidade que o

proprietário ou o seu representante mantem com o visitante, assim como com um desconhecimento sobre a importância da promoção dos seus empreendimentos, na realidade:

«[A] promoção, sendo uma forma de comunicar com o potencial cliente no intuito de lhe fornecer informações adicionais sobre o produto ou serviço, torna-se um factor preponderante. Por outro lado, a comunicação assume também um papel vital nas relações e no desempenho com os diversos parceiros, principalmente ao nível da associação da imagem e da transmissão de confiança aos potenciais clientes».

(Lopes, 2005: 157)

Para a opinião por nós expressa anteriormente, contribuiu ainda a forma como os proprietários, durante as entrevistas, responderam a uma das nossas questões: «Qual a opinião dos visitantes sobre o espaço rural e o ambiente envolvente desta casa?».

Quadro 24 – Opinião dos Visitantes Sobre o Espaço Rural e o Ambiente Envolvente (Segundo os Proprietários)

Opinião dos Visitantes Segundo os Proprietários	Casas	%
Satisfatória/Boa	13	82
Muito Favorável	2	12
Excelente	1	6
Total	16	100

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por Entrevista aos Proprietários/Representantes das Casas de Campo (2012).

No contexto das respostas recebidas, tentámos que os entrevistados fundamentassem a opinião dos hóspedes. Na maior parte dos casos recebemos respostas do género: «*a opinião dos hóspedes é satisfatória em relação a tudo!*» à exceção de três proprietários. Um deles respondeu-nos que «*nem todos sabem o que é turismo rural*», outro informou-nos que os visitantes gostavam muito «*das bananeiras e do sossego*» e o terceiro fez a sua resposta da seguinte forma: «*muito favorável em relação à casa e ao património do concelho*»⁷¹.

O que julgámos ter provocado este tipo de respostas da parte dos proprietários poderá ter sido uma falta de conhecimento, provocada pelo reduzido contacto entre

⁷¹ Entrevista aos Proprietários/Representantes das «Casas de Campo» (2012).

proprietário/representante e hóspede conforme verificaremos pelos resultados dos questionários lançados aos visitantes, assim como uma notória debilidade em termos de marketing por parte dos proprietários, conforme já verificado em estudos anteriores:

«[E]m termos de marketing, a fragilidade do processo de desenvolvimento do turismo rural é notória[...]. Para que o seu desenvolvimento seja bem sucedido, são necessários conhecimentos e formação ao nível do turismo, determinadas aptidões na relação com o cliente, bem como o conhecimento sobre o mercado, aspectos importantes descuidados por muitos dos que gerem a actividade».

(Lopes, 2005: 147)

A legislação portuguesa define que *«as casas e empreendimentos de turismo no espaço rural [...] são obrigatoriamente identificados através da afixação de placas no exterior, junto à respectiva entrada principal»* (Portaria nº 1173/2010 de 15 de Novembro⁷²). Neste diploma legal são descritos os diversos símbolos, dos quais destacamos o das Casas de Campo, por terem sido estes os empreendimentos escolhidos para a nossa investigação:

- Descrição:

«Casas de campo — sinal n.9:

Letras — CC;

Figura — árvore;

Cor – verde-escuro (Pantone 2435)»

Sinal n.º 9



Fonte: Portaria nº 1173/2010 de 15 de Novembro.

⁷² Portaria nº 1173/2010, de 15 de Novembro, Ministérios da Economia, da Inovação e do Desenvolvimento e do Ambiente e do Ordenamento do Território (Diário da República Série I – Número 221, de 15 de Novembro de 2010).

Apesar de conhecida em Portugal, esta simbologia não é idêntica na Europa, assim como o próprio conceito de turismo rural sofre alterações consoante os países, o que em nosso entender concorre para uma maior dificuldade na divulgação e comercialização destes empreendimentos. O debate em volta desta questão não é recente, no entanto parece ainda não ter tido efeitos positivos:

«L'hôtellerie rurale européenne, c'est aujourd'hui une forêt de classements, de réglementations [...] Le recherche d'un logo commun apparaît comme essentiel. C'est un point de repère visuel qui devra exprimer à la fois: la ruralité. [...] Les solutions dans ce domaine sont multiples: si les membres sont arrivés à se mettre d'accord sur l'essentiel (réglementation, logo), les actions de promotion et de commercialisation ne trouveront aucun obstacle si ce n'est, bien évidemment, les moyens économiques, c'est-à-dire les financements qui permettront la création et la croissance de ces services communs, surtout dans les premières années de leur fonctionnement».

(CE, 1993: 29)

A panorâmica fornecida neste subponto referiu as principais características do enquadramento em que se concretiza a divulgação destes empreendimentos turísticos e pelo exposto podemos concluir que não estão a incorporar, nas suas ações, os pressupostos do «Código de Ética Mundial do Turismo», em particular, alguns dos referidos no artigo 6º:

«El artículo 6 describe las obligaciones de los agentes operacionales de turismo, principalmente agentes de viajes, hoteleros y transportadores, que tienen por obligación pasar a los turistas información objetiva y fidedigna sobre los destinos turísticos, condiciones de viajes, recepción y estada».

(WTO, 2007c: 22)

Por outro lado, verificámos igualmente que grande parte dos proprietários estão a efetuar a divulgação e o marketing das suas Casas de Campo, de forma isolada, sem a existência de uma forma de promoção conjunta seguida pela maioria, o que tem sido demonstrado não ser o modo mais adequado de fazê-lo:

«Para ser instrumento de promoção da melhoria da qualidade de vida, o turismo rural como desenvolvimento de uma determinada localidade deve obrigatoriamente fazer parte da vontade e das atitudes da comunidade. Neste caso estão compreendidos os moradores locais, os frequentadores eventuais, o comércio, a indústria, os produtores [...], governo local e todos com ações diretas nesta comunidade. Se encarada desta forma, a promoção do turismo rural pode realmente surtir um efeito mais abrangente e eficaz. [...] Por parte do proprietário rural, é

importante que ele procure seguir as direções sugeridas pelas estratégias de marketing e manter-se atualizado segundo as transformações e demandas mercadológicas.»

(Bahia e Dias, 2010: 758-759)

2.2.4 A AVALIAÇÃO DOS VISITANTES

A avaliação dos visitantes às Casas de Campo teve por base o questionário lançado aos hóspedes para cuja aplicação se contou com a colaboração direta dos empreendedores na distribuição do inquérito.

Este ponto contemplou uma análise das respostas obtidas em três questões: uma relativa à qualidade do alojamento, outra se o visitante recomendaria ou regressaria novamente ao empreendimento e a terceira se desejaria apresentar alguma sugestão aos proprietários do empreendimento.

Optámos por apresentar uma análise genérica para cada uma das questões, figurando informação mais detalhada no Anexo Estatístico.

A «**Classificação Atribuída à Qualidade do Alojamento**» foi uma componente do Questionário que obteve em média um grau de resposta elevado, por constituir um grupo de questões fechadas e concretas. Foi solicitado ao visitante que atribuísse uma classificação de um a 10 para cada uma das variáveis da questão principal.

Quadro 25 – Grau de Satisfação do Visitante – Qualidade do Alojamento

Grau de Satisfação do Visitante - qualidade do alojamento (1 a 10)	N		Média*	Moda**
	Válidos	Sem Resposta		
Atendimento Pessoal - Profissionalismo	162	2	7,67	10
Atendimento Pessoal - Hospitalidade	163	1	8,71	10
Limpeza e Manutenção	163	1	8,35	9
Equipamento e Decoração	164	0	8,07	8
Estilo Arquitetónico	163	1	8,20	8
Alimentação	69	95	7,04	10
Animação	47	117	5,53	1
Contacto com os Proprietários do Alojamento	162	2	7,91	10
Localização e Arredores	161	3	8,03	8
Sustentabilidade/ Preocupação com o Meio Ambiente	151	13	7,38	10
Relação Qualidade / Serviços / Preços	159	5	7,66	8
Acesso a Novas Tecnologias	142	22	6,62	8
Informação sobre a Localidade	147	17	6,93	8

N= Frequência, *Média= Média Aritmética, **Moda= Valor que ocorre com maior frequência.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos no Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

Em geral, o grau de satisfação dos visitantes apresentou valores positivos, verificando-se unicamente em duas variáveis (Alimentação e Animação) um elevado número visitantes que optaram por não atribuir qualquer classificação a estas duas questões.

De acordo com os resultados apurados, as médias mais elevadas das classificações, na ordem dos 8 pontos, centraram-se nas seguintes variáveis:

- Atendimento Pessoal – Hospitalidade;
- Limpeza e Manutenção;
- Equipamento e Decoração;
- Estilo Arquitetónico;
- Localização e Arredores.

As médias das classificações na ordem dos 7 pontos, incidiram em:

- Atendimento Pessoal – Profissionalismo;
- Alimentação;
- Contacto com os Proprietários do Alojamento;
- Sustentabilidade/Preocupação com o Meio Ambiente;
- Relação Qualidade/Serviços/Preço.

As médias das classificações na ordem dos 6 pontos, recaíram em:

- Acesso a Novas Tecnologias;
- Informação sobre a Localidade.

A média inferior das classificações, na ordem dos 5 pontos, registou-se numa única variável:

- Animação.

O grau de satisfação dos visitantes, em nossa opinião espelha os aspetos já enunciados neste estudo com base nas entrevistas realizadas aos proprietários e nas visitas efetuadas aos empreendimentos. Na realidade os empreendimentos da amostra primam pelo estilo arquitetónico, equipamento, decoração, localização, arredores e limpeza. Relativamente à «Hospitalidade», felizmente continua a ser uma característica de fundo dos madeirenses e os visitantes das Casas de Campo, confirmaram-na novamente.

Por outro lado, através dos resultados obtidos, verificamos que as Casas de Campo na Madeira deverão melhorar os aspetos que receberam pontuações inferiores a oito, em particular os relacionados com as questões relativas ao «Contacto com os Proprietários do Alojamento», ao «Profissionalismo» e à «Relação Qualidade/Serviços/Preço» que em algumas «Casas» parecem não coincidir com as expectativas dos hóspedes.

A questão do contacto com os proprietários tem sido apontada noutros estudos como uma das situações a melhorar: *«O ambiente familiar e o convívio com os proprietários são, neste ponto, paradigmáticos, dado existirem muitos casos em que tais atributos são inexistentes, especialmente nos casos em que os hóspedes e hospedeiros não ficam alojados debaixo do mesmo tecto»* (Silva, 2006: 306).

O «Acesso às Novas Tecnologias» e a «Informação sobre a Localidade», de acordo com a opinião dos visitantes é diminuto.

Num estudo mais recente foi focada a vantagem do contacto entre visitantes e proprietários, como forma de promover um grau de satisfação global superior: *«In the rural context, tourists frequently look for a special relationship with their hosts as a means of getting to know the authentic cultural context of the host community»* (Kastenholz e Lima, 2011: 65).

Os resultados das questões relativas à «Alimentação» e à «Animação» deixam transparecer a realidade. Esta oferta de serviços conforme já tínhamos referido anteriormente é inexistente em algumas «Casas», razão pela qual nestas duas variáveis obtivemos um alto índice de visitantes que não atribuíram classificação, tendo sido considerados no tratamento dos questionários como «sem resposta».

O panorama que encontramos na Madeira parece não ser único em Portugal:

«Acontece, por vezes, que as expectativas dos turistas saem frustradas pelas suas experiencias nas unidades de alojamento onde o acolhimento e a animação apresentam falhas, a oferta das actividades no exterior é inexistente ou omitida pelo hospedeiro, os restaurantes oferecem um serviço deficiente, ou os próprios locais que os turistas frequentam demonstram descuidos vários nos equipamentos e, até, na preservação de uma imagem adequada de respeito por um ambiente equilibrado. Estes problemas susceptibilizam e desagradam os turistas, pessoas provenientes de áreas onde os cuidados com o ambiente estão já estruturados na sociedade».

(Ferreira, 2004: 485)

De acordo com a legislação estas «Casas» deverão fornecer obrigatoriamente o serviço de «pequeno-almoço» incluído no preço do alojamento⁷³. Alguns empreendimentos ignoram este aspeto e não oferecem pequenos-almoços, outros empreendimentos oferecem essa possibilidade se o hóspede solicitar e pagar o respetivo suplemento. Nos questionários 58% dos inquiridos optou por não responder a esta

⁷³ De acordo com o artigo 20º da Portaria nº 937/2008, de 20 de agosto.

questão, o que nos permite concluir que a maioria dos empreendimentos em causa não oferece qualquer tipo de alimentação aos seus hóspedes.

No que concerne a «Animação», a situação foi muito semelhante à anterior, embora com superior gravidade, 71% dos inquiridos optou por não responder a esta questão. Esta foi a variável que obteve menor classificação dentro desta questão principal e apesar da média das classificações situar-se nos 5 pontos, a moda foi um ponto. A oferta de animação nestas «Casas», conforme já tínhamos referido anteriormente, é diminuta ou inexistente e esta realidade foi corroborada pelos visitantes.

Na entrevista efetuada à Associação Madeira Rural (MR), as classificações obtidas denotam uma ligeira diferença, porque solicitámos uma classificação para a totalidade das unidades TER na Madeira, na modalidade Casas de Campo. No entanto, a MR atribuiu classificação inferior (7 pontos) a algumas das variáveis já destacadas como aspetos a melhorar, no universo em estudo: «Atendimento Pessoal: Profissionalismo», «Contacto com os Proprietários do Estabelecimento», «Sustentabilidade» e «Informação sobre a Localidade». Quanto às variáveis «Alimentação» e «Animação», a MR optou por não atribuir qualquer classificação, por considerar que eram inexistentes na maioria das Casas de Campo.

Foi igualmente solicitado ao visitante que respondesse a uma questão fechada (Sim ou Não), sobre se teria intenções futuras de **regressar ou recomendar a unidade turística** em que tinha estado alojado. Esta questão obteve um grau de resposta elevado, com 98,8% de respostas.

Quadro 26 – Recomendar ou Regressar à Unidade Turística

Voltaria ou Recomendaria esta Unidade Turística?		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	127	77,4%	78,4%
	Não	35	21,3%	21,6%
	Total	162	98,8%	100,0%
Sem Resposta		2	1,2%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos no Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

Através dos resultados obtidos apurámos que a maioria dos visitantes (77,4%) ficou com uma imagem satisfatória da unidade turística ao ponto de recomendá-la ou mesmo regressar. No entanto 21,3% não reteve essa imagem, pelo que nem ponderou «recomendar» o empreendimento a ninguém, o que considerámos um valor relativamente elevado e pouco favorável para algumas unidades turísticas.

Uma outra questão que versava sobre as **sugestões que os visitantes poderiam conceder aos proprietários das unidades turísticas**, foi uma questão aberta. O grau de resposta foi muito reduzido, na totalidade dos questionários obtivemos unicamente 53 respostas (32,3%).

Sintetizámos as sugestões de acordo com o seguinte quadro:

Quadro 27 – Sugestões à Unidade Turística

Sugestões	N (nº de respostas)
Renovação/Aquisição de Equipamento	18
Informação sobre a Região/Localidade	15
Alimentação	9
Animação	11
Acesso a Novas Tecnologias (Internet)	12
Profissionalismo	7

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos no Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

O maior número de sugestões (18 no total) recaiu na renovação ou aquisição de equipamento para a unidade turística, principalmente na área dos equipamentos de cozinhas, de arrumação e de lavandaria.

A segunda maior ocorrência registou-se nas sugestões sobre a informação disponibilizada pela unidade turística sobre a localidade ou região (15 referências no total). Passamos a transcrever duas das referências:

«Library with books or Tourism Brochures about Madeira Island or local appeals (Cultural Attractions, Festivals, Events, ...);

«Maybe some info in writing to take away about the island».

Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012)

O acesso a novas tecnologias, em especial à «Internet», assim como à «Animação» foram sugestões que se repetiram com alguma frequência, 12 e 11 menções, respetivamente.

Com menor número de alusões, 7 visitantes sugeriram um maior profissionalismo à unidade turística.

Estas sugestões ajudam-nos a reconfirmar o cenário das Casas de Campo apresentado num ponto anterior deste estudo, assim como algumas das elações entretanto expressas, com base nas visitas e entrevistas efetuadas aos proprietários dos empreendimentos em causa.

2.2.5 ESTIMATIVA DE DORMIDAS E MERCADOS EMISSORES

No ponto anterior analisámos a evolução do número de dormidas do TER no arquipélago da Madeira. Neste ponto foi nossa pretensão analisá-las unicamente em relação às Casas de Campo. Inicialmente pretendíamos efetuar uma análise que se circunscrevesse às Casas de Campo que colaboraram no presente estudo. A nossa pretensão não se concretizou por dois motivos: o primeiro, porque as «Casas» em questão não nos cederam essa informação; o segundo, porque a Direção Regional de Estatística da Madeira (DREM), a quem solicitámos os dados informou-nos que só os poderia conceder mediante autorização das próprias «Casas», a qual não obtivemos.

A análise que apresentamos foi efetuada com base nos dados que a Direção Regional de Estatística da Madeira nos concedeu dos últimos 6 anos e «*de modo a salvaguardar o segredo estatístico*» (DREM, 2013), são dados gerais da totalidade das Casas de Campo existentes na Região Autónoma da Madeira, isto é, incluem a ilha da Madeira e a ilha do Porto Santo.

Quadro 28 – Dormidas nas Casas de Campo por País de Residência Habitual, na RAM

País de Residência Habitual	Total Geral da RAM					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total	36.765	37.219	32.638	30.061	30.571	38.040
Portugal	3.475	3.362	4.138	4.184	2.723	2.270
Estrangeiro	33.290	33.857	28.500	25.877	27.848	35.770
Alemanha	14.402	13.541	13.276	11.920	11.881	15.966
Áustria	628	1.188	824	1.122	837	906
Bélgica	589	701	437	584	627	519
Brasil	-	6	6	3	14	8
Dinamarca	268	275	64	176	103	147
Espanha	1.051	1.046	1.140	550	444	557
Finlândia	220	118	-	67	148	36
França	1.556	1.846	2.552	2.036	2.854	5.179
Irlanda	102	50	14	76	22	71
Itália	123	89	97	117	52	191
Noruega	64	81	29	46	122	82
Países Baixos	10.561	9.937	6.858	6.240	7.219	8.111
Reino Unido	1.945	2.578	1.302	981	1.353	1.540
Suécia	208	94	74	80	66	97
Suíça	1.247	1.691	1.512	1.657	1.675	1.441
Outros	326	616	315	222	431	919

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por DREM, Estatísticas do Turismo da RAM.

Pela análise do quadro anterior, podemos verificar que nos últimos 6 anos, não se verificaram grandes oscilações nos principais mercados emissores.

Numa análise mais circunstanciada e excluindo o turismo doméstico, apurámos que no período compreendido entre 2007 e 2012, o mercado alemão liderou o total de dormidas de estrangeiros, posicionando-se no 1º lugar do ranking dos mercados estrangeiros na totalidade do período em estudo.

Os Países Baixos ocuparam o 2º lugar do ranking na totalidade do período em estudo.

O Reino Unido sofreu algumas oscilações, tendo em 2007 e 2008 ocupado a 3ª posição do ranking. Nos anos de 2009, 2010 e 2011 registou uma quebra evidente, tendo registado nesses anos, a 5ª, 6ª e 5ª posição respetivamente. Conforme já referimos anteriormente esta quebra poderá estar relacionada com as catástrofes naturais sofridas na ilha da Madeira, nos anos em causa. A recuperação iniciou-se em 2011 e continuou em 2012, tendo-se posicionado, neste último ano, na 4ª posição do ranking dos mercados estrangeiros.

A França apresentou um quadro evolutivo ao longo deste período. Em 2007 e 2008 situou-se na 4ª posição, tendo nos últimos anos, entre 2008 e 2012, passado a ocupar a 3ª posição.

A Suíça surge na 5ª posição nos anos de 2007, 2008 e 2012, tendo assinalado a 4ª posição entre 2009 e 2011, em parte devido à quebra do número de dormidas do Reino Unido no período análogo.

Ao compararmos os dados relativos aos principais mercados emissores do TER, examinados no ponto anterior, comprovámos que não se regista uma diferença profunda entre esses e os das Casas de Campo, à exceção do mercado francês e suíço que dentro do TER, parece preferir as Casas de Campo às restantes modalidades.

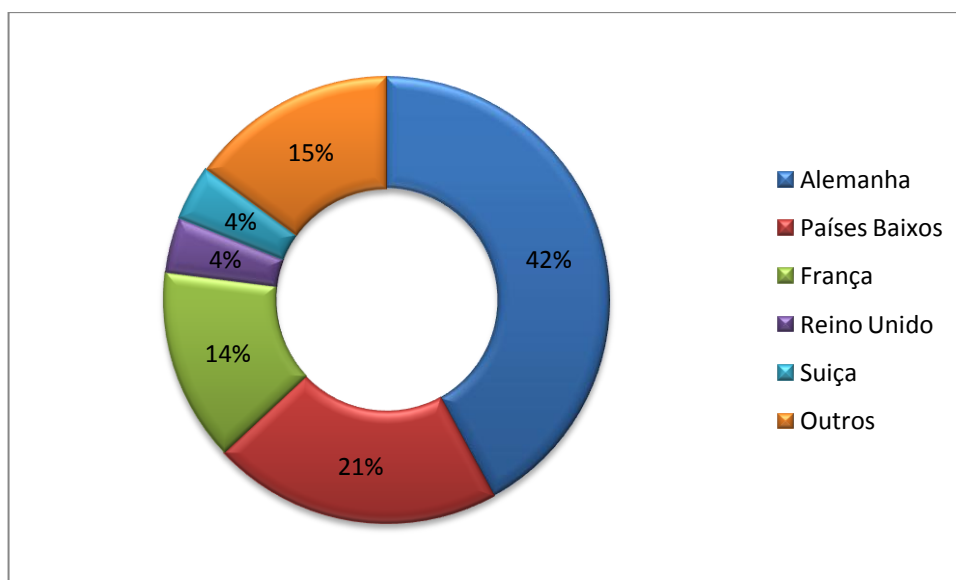
No que concerne a variação do número de dormidas entre 2011 e 2012, aferimos algumas alterações substanciais, de acordo com o quadro seguinte:

Quadro 29 – Variação do Número de Dormidas entre 2011 e 2012
(Casas de Campo – RAM)

Países de Residência Habitual	Anos		Δ 11/12
	2011	2012	(%)
Total	30.571	38.040	+24,4
Portugal	2.723	2.270	-16,6
Estrangeiro	27.848	35.770	+28,4
Alemanha	11.881	15.966	+34,3
Áustria	837	906	+8,2
Bélgica	627	519	-17,2
Brasil	14	8	-42,8
Dinamarca	103	147	+42,7
Espanha	444	557	+25,4
Finlândia	148	36	-75,6
França	2.854	5.179	+81,4
Irlanda	22	71	+222,7
Itália	52	191	+267,3
Noruega	122	82	-32,7
Países Baixos	7.219	8.111	+12,3
Reino Unido	1.353	1.540	+13,8
Suécia	66	97	+46,9
Suíça	1.675	1.441	-13,9
Outros	431	919	+113,2

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por DREM, Estatísticas do Turismo da RAM.

Gráfico 9 – Dormidas por Mercados Estrangeiros- Casas de Campo -Quota [2012]



Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por DREM, Estatísticas do Turismo da RAM.

Em 2012, a Alemanha com 15.966 dormidas e uma quota de 42%, posicionou-se no 1º lugar no ranking dos mercados estrangeiros. Esse valor foi superior ao ocorrido no período homólogo de 2011 em 28,4% (+4.085 dormidas).

Os Países Baixos, com 8.111 dormidas, ocuparam o 2º lugar (21% do total de dormidas de estrangeiros), tendo registado um acréscimo de 12,3% (+892 dormidas), em relação ao ano anterior de 2011.

A França, em 2012, surge na 3ª posição (14% do total de estrangeiros), com 5.179 dormidas, representando um aumento de 81,4%, o que se traduziu em mais 2.325 dormidas, comparativamente ao ano de 2011.

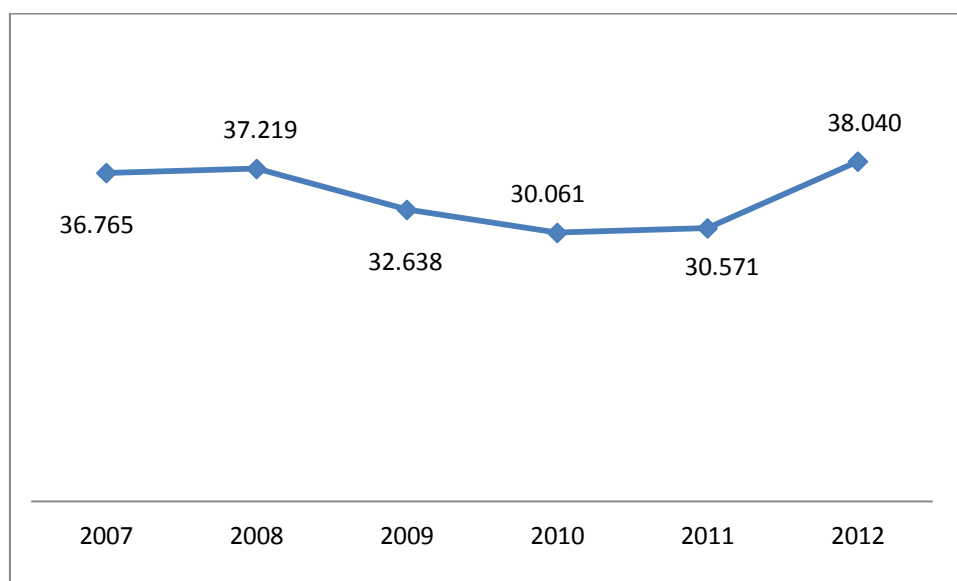
Em 2012, no 4º lugar figura o Reino Unido com uma quota de 4% do total das dormidas dos estrangeiros (1.540 dormidas), registando uma subida de 13,8% (+187 dormidas) relativamente ao ano anterior.

A Suíça aparece na 5ª posição (4% do total de dormidas de estrangeiros), com 1.441 dormidas. Esse valor foi inferior ao ocorrido no período homólogo de 2011 em -13,9% (-234 dormidas).

De salientar que no ano de 2012 registaram-se acréscimos significativos no número total de dormidas de estrangeiros, em mercados emissores que não se encontram entre os cinco primeiros e que no quadro anteriormente apresentado foram inseridos nos «Outros», mas que merecem alguma atenção podendo no futuro ser considerados como mercados emergentes: a República Checa, a Polónia, a Rússia e a Hungria.

De acordo com o gráfico seguinte, a análise do comportamento da procura turística das Casas de Campo na RAM, ao longo do período entre 2007 e 2012, com base nos dados proporcionados pelos valores das dormidas, revelou-nos oscilações análogas ao estudo efetuado relativamente ao TER na Região Autónoma da Madeira.

Gráfico 10 – Evolução das Dormidas nas Casas de Campo, na RAM



Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por DREM, Estatísticas do Turismo da RAM.

As quebras registaram-se a partir de 2009, pelos motivos já enunciados anteriormente, tendo o ano de 2012 assinalado uma forte recuperação, sendo inclusive o ano que apresentou o valor mais elevado, no número de dormidas, relativamente aos anos em estudo.

O decréscimo no número de dormidas ocorrido entre 2009 e 2011, com maior incidência para o ano de 2010, deveu-se sobretudo à quebra assinalada em três dos cinco principais mercados emissores, a Alemanha, os Países Baixos e o Reino Unido. Numa análise comparativa entre os anos de 2007 e de 2010, a Alemanha registou um declínio na ordem das 2.482 dormidas (-17,2 %), os Países Baixos, um decréscimo de 4.321 dormidas (-40,9%) e o Reino Unido, uma redução de 964 dormidas (-49,5%).

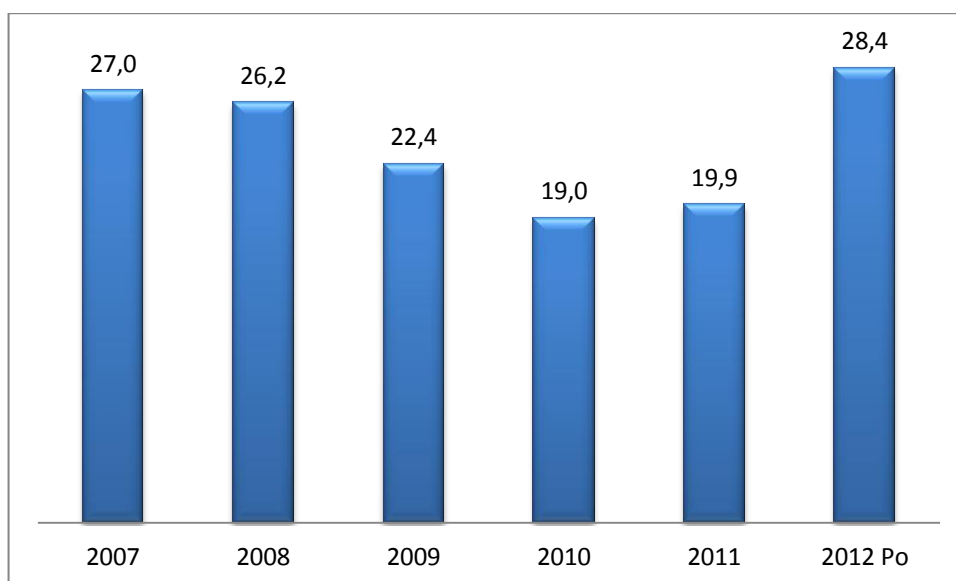
Quanto à França e à Suíça, apesar de se ter verificado uma ligeira oscilação nos anos de 2009 e 2010, podemos afirmar que ambos os mercados estiveram em franca ascensão.

Neste momento, os dados relativos ao ano de 2012 revelam que os cinco principais mercados emissores se encontram em fase de recuperação, perspetivando-se novos mercados emergentes.

2.2.6 TAXAS DE OCUPAÇÃO-CAMA

As taxas de ocupação-cama das Casas de Campo no Arquipélago da Madeira, entre 2007 e 2012, sofreram oscilações análogas às das dormidas, de acordo com o gráfico seguinte:

Gráfico 11 – Evolução das Taxas de Ocupação-cama – Casas de Campo, na RAM, entre 2007 e 2012 - %



Po = Dados Provisórios.

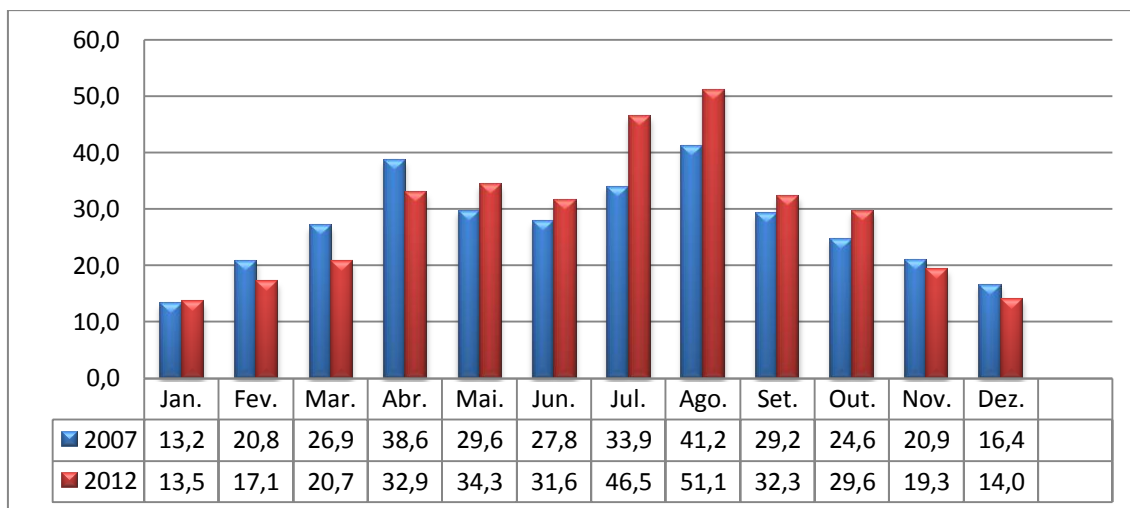
Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por DREM, Estatísticas do Turismo da RAM.

À semelhança da análise que apresentámos para o TER no Arquipélago da Madeira, as taxas de ocupação-cama das Casas de Campo estão muito aquém dos valores das taxas da hotelaria em geral no Arquipélago. Comparativamente às taxas do TER em geral, no período análogo, podemos concluir que as taxas das Casas de Campo são superiores.

Pela análise do gráfico anterior verificamos que no período em questão, o ano que registou uma taxa de ocupação-cama superior foi o de 2012, na ordem dos 28,4%. Apesar de ter sido uma taxa superior às anteriores, é uma taxa consideravelmente baixa, o que nos permite concluir que a oferta é superior à procura, pelo que se torna necessário dinamizar este tipo de turismo com novas orientações e estratégias que poderão sustentar-se num planeamento específico para este setor.

Uma vez que no período em estudo, os anos que apresentaram taxas de ocupação-cama superiores foram 2007 e 2012, escolhemos compará-los.

Gráfico 12 – Taxas de Ocupação-cama, Casas de Campo, por Meses - % [Δ 07/12]



Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por DREM, Estatísticas do Turismo da RAM.

Em ambos os anos notou-se uma maior procura nos meses de verão em relação aos do inverno. No entanto, o ano de 2012 registou uma procura mais acentuada durante os meses de verão que o de 2007. Os meses de julho e agosto de 2012 mostraram taxas de ocupação-cama, na ordem dos 46,5% e 51,1% respetivamente, enquanto nos restantes meses com taxas superiores (abril, maio, junho, setembro e outubro), as taxas oscilaram entre os 29,6% e os 34,3%.

Ao observarmos o gráfico podemos constatar que o ano de 2012 mostrou praticamente um único pico acentuado, nos meses de julho e agosto. Comparativamente, o ano de 2007, apesar de ter apresentado taxas de ocupação-cama menos elevadas, apresenta dois picos, um no mês de abril e outro no mês de agosto.

A presente análise revelou-nos que a procura turística entre 2007 e 2012 sofreu alterações sazonais, tema que será abordado com superior detalhe no ponto seguinte.

2.2.7 SAZONALIDADE

Um outro entrave no desenvolvimento deste tipo de turismo é a sazonalidade, isto é quando a distribuição anual dos movimentos turísticos ocorre com maior intensidade em determinadas épocas do ano, provocando períodos de grande utilização dos equipamentos turísticos, denominados de época alta e períodos de fraca utilização, denominados época baixa. Este fenómeno poderá estar ligado a condições climatéricas, a épocas de férias, a profissões, entre outros fatores (Cunha, 2007: 88-92).

Face às alterações que se verificaram nas taxas de ocupação-cama no período estudado no ponto anterior, optámos por avaliar a sazonalidade das Casas de Campo no ano de 2012, com base no número de dormidas.

*Quadro 30 – Distribuição Mensal de Dormidas em 2012⁷⁴
(Casas de Campo – RAM)*

Meses	Dormidas (Nº)
Total	38.040
Janeiro	1.482
Fevereiro	1.965
Março	2.498
Abril	3.862
Maio	4.135
Junho	3.556
Julho	4.898
Agosto	5.386
Setembro	3.428
Outubro	3.232
Novembro	2.047
Dezembro	1.551

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por Estatísticas do Turismo da RAM, DREM.

Para apurar a taxa de sazonalidade (Ts) das Casas de Campo no ano de 2012, relacionámos o número de dormidas ocorrido nos meses de maior afluxo (maio, julho e agosto) com o total de dormidas verificado durante todo o ano (Cunha, 2007: 88-92). Utilizando os dados do quadro anterior, a taxa de sazonalidade das dormidas em 2012 decorre do seguinte cálculo:

⁷⁴ Os Dados de 2012 são provisórios.

$$Ts = \frac{14.419}{38.040} \times 100 = 37,9\%$$

O resultado obtido significou que durante os meses de verão de 2012 (maio, julho e agosto) registaram-se na Madeira 37,9% do total das dormidas das Casas de Campo, o que traduz um elevado grau de sazonalidade.

Uma outra medida da distribuição anual dos movimentos turísticos é o «índice de amplitude sazonal» (Ias) que mede as alterações dos afluxos turísticos entre os meses de verão e os de inverno (Cunha, 2007: 88-92). Para determinar o Ias das Casas de Campo efetuámos a relação entre o número de dormidas nos meses de verão (de abril a setembro) e nos meses de inverno (janeiro a março e outubro a dezembro), pelo que o índice de amplitude sazonal em 2012 foi o seguinte:

$$Ias = \frac{25.265}{12.775} = 1,97$$

Este valor significa que nos meses de verão se registaram 1,97 vezes mais dormidas do que no inverno, o que revela a existência de dificuldades a solucionar quanto ao escalonamento temporal dos movimentos turísticos nas Casas de Campo.

Verificando-se uma distribuição sazonal mais acentuada nos meses de verão, julgamos conveniente atenuá-la, recorrendo a um planeamento estratégico que potencie o aumento da procura turística nas épocas baixas, à semelhança do que aconteceu com o turismo em geral na Região Autónoma da Madeira, para o qual foram efetuados estudos e estabelecidos planos estratégicos, que contaram com a criação de eventos e de uma promoção turística direcionada, no tempo e no espaço, a diferentes mercados turísticos de acordo com a época preferencial de visita à Ilha e, que permitiu reduzir a taxa de sazonalidade.

2.2.8 A PERCEÇÃO DOS PROPRIETÁRIOS/ REPRESENTANTES

Ao longo das visitas e entrevistas aos proprietários/representantes das Casas de Campo foram colocadas algumas questões relativas ao desenvolvimento turístico desta modalidade TER na Madeira.

Uma das primeiras questões foi sobre as dificuldades que as Casas de Campo enfrentavam na atualidade. Das 16 «Casas», 13 afirmaram que este tipo de turismo enfrentava dificuldades (81,2%), as restantes três casas manifestaram opiniões ligeiramente diferentes: uma reconheceu que não existia qualquer dificuldade, outra declarou que «*não sabia*» e a terceira respondeu-nos da seguinte forma: «*as mesmas do turismo em geral*»⁷⁵.

As casas que assumiram a existência de dificuldades neste segmento turístico apontaram essencialmente os seguintes problemas:

- A baixa taxa de ocupação-cama;
- A sazonalidade;
- A concorrência desleal por parte de empreendimentos não licenciados;
- A falta de promoção adequada.

Quando questionados sobre as possíveis soluções para ultrapassar estas dificuldades, os proprietários foram unânimes em relação às ações que deveriam ser tomadas:

- Melhorar a promoção turística deste tipo de turismo e em especial na Internet;
- Melhorar a divulgação dos recursos turísticos da Região, sobretudo no círculo dos eventos e das atrações culturais;
- Maior fiscalização por parte das autoridades competentes;
- Incrementar o associativismo no TER.

As dificuldades apresentadas pelos proprietários/representantes das Casas de Campo na Madeira espelham os dados que apurámos anteriormente, através do estudo estatístico relativo a este tipo de turismo. As dificuldades que ainda não tinham sido referidas prendem-se com a concorrência desleal e com a promoção turística regional.

Quando os proprietários se referiram à «concorrência desleal», estavam a enunciar a existência de alguns empreendimentos, divulgados através da Internet, «casas» que sem possuírem qualquer licença por parte das competentes autoridades locais, podem

⁷⁵ Entrevista aos Proprietários/ Representantes das «Casas de Campo».

ser alugadas na totalidade ou em parte, por visitantes. Por este motivo, uma das soluções apresentadas foi uma maior fiscalização de forma a impedir estas situações no futuro.

Quanto à promoção turística regional, os proprietários revelaram alguma insatisfação com as linhas gerais da revisão do PENT para o desenvolvimento do turismo no período de 2013-2015.

Efetivamente, na revisão do PENT⁷⁶, a estratégia de desenvolvimento para a Madeira não apresenta, ao nível do produto, nenhuma linha de atuação específica para o Turismo Rural. A única alusão ao «turismo rural» surge na linha de atuação relativa aos passeios de turismo de natureza:

«Na vertente passeios do turismo de natureza, verifica-se a necessidade de estruturar a oferta, diversificar experiências, nomeadamente de turismo rural, criar conteúdos e sua disponibilização em canais e de colocar o produto passeios a pé, de bicicleta ou a cavalo no mercado».

(Resolução do Conselho de Ministros n.º 24/2013, de 16 de abril)

Em nosso entender, apesar de não existir uma linha de atuação específica para o turismo rural, sendo o património natural da Madeira e sobretudo os passeios a pé ao longo das Levadas um forte atrativo turístico da Ilha, ao melhorar a promoção desta vertente, aliando-a ao turismo rural, este tipo de turismo poderá ganhar maior número de condições atrativas ao seu desenvolvimento.

Por outro lado, os proprietários deverão ter também em consideração a questão da animação turística dos seus empreendimentos:

«No caso dos destinos rurais, em que os produtos disponibilizados se encontram, por vezes, limitados à oferta de alojamento e pouco mais, o défice de animação poderá efetivamente representar um forte constrangimento ao desenvolvimento turístico dessas áreas».

(Jesus, Kastenholz e Figueiredo, 2008: 6)

Dentro das possíveis soluções, os proprietários apelaram para uma melhor divulgação dos recursos turísticos da região, em especial do património cultural e a necessidade de incrementar o associativismo. Estes dois aspetos são relevantes no desenvolvimento do turismo rural na Madeira e serão abordados com superior detalhe nos capítulos seguintes do presente estudo.

⁷⁶ Resolução do Conselho de Ministros n.º 24/2013, de 16 de abril, Presidência do Conselho de Ministros (Diário da República I Série – Número 74, de 16 de abril de 2013). Através desta Resolução foi aprovada a revisão do PENT para 2013-2015.

As convicções dos proprietários/representantes foram expressas de forma análoga pelo representante da Associação Madeira Rural⁷⁷.

⁷⁷ Entrevista ao Representante da Associação Madeira Rural.

2.3 O PERFIL DO VISITANTE TER – CASAS DE CAMPO

Na estruturação das variáveis relativas ao perfil do visitante das Casas de Campo na ilha da Madeira foi nossa intenção sistematizar as questões de modo a caracterizar separadamente o perfil sociodemográfico e económico do visitante, a viagem e as motivações e por último, a visita à localidade.

2.3.1 CARATERIZAÇÃO SOCIODEMOGRÁFICA E ECONÓMICA

Quanto ao Género não podemos afirmar que o visitante é predominantemente feminino ou masculino. De acordo com o seguinte quadro apurámos que a maioria dos respondentes era do sexo feminino (51,2%):

Quadro 31 – Género

Género		N	%	% Válidas
Válidos	Feminino	84	51,2%	51,2%
	Masculino	80	48,8%	48,8%
	Total	164	100,0%	100,0%
Sem Resposta		0	0,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

Apesar de termos solicitado aos proprietários/representantes das Casas de Campo que requeressem o preenchimento do questionário a todos os elementos de uma mesma reserva de alojamento, incluindo menores, eventualmente alguns dos visitantes não terão concordado com a solicitação e, em alguns casos, poderá ter acontecido que o questionário tenha sido preenchido apenas por um único elemento da reserva de alojamento. A nossa suposição fundamenta-se na comparação dos resultados desta questão com os obtidos na questão «**Com quem está a viajar?**», da qual poderemos retirar outras elações:

Quadro 32 – Composição dos Visitantes

Com quem está a viajar?		N	%	% Válidas
Válidos	Sozinho	4	2,4%	2,4%
	Com marido/esposa	95	57,9%	57,9%
	Com família	42	25,6%	25,6%
	Com amigos	14	8,5%	8,5%
	Em grupo	9	5,5%	5,5%
	Outro	0	0,0%	0,0%
	Total	164	100,0%	100,0%
Sem Resposta		0	0,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

Os visitantes que procuram as Casas de Campo na Madeira são maioritariamente casais (57,9%) e famílias (25,6%).

O **grupo etário** dos respondentes apresentou uma forte amplitude, situando-se essencialmente entre os 30 e os 59 anos.

Quadro 33 – Grupo Etário

Grupo Etário		N	%	% Válidas
Válidos	≤ 19 anos	1	0,6%	0,6%
	20-29 anos	12	7,3%	7,3%
	30-39 anos	37	22,6%	22,6%
	40-49 anos	56	34,1%	34,1%
	50-59 anos	39	23,8%	23,8%
	≥ 60 anos	19	11,6%	11,6%
	Total	164	100,0%	100,0%
Sem Resposta		0	0,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

A análise do quadro anterior demonstra que existe uma maior procura no grupo etário entre os 40 e os 49 anos (34,1%), embora os grupos entre os 30 e 39 anos (22,6%) e os 50 e 59 anos (23,8%) apresentem uma procura muito próxima do grupo principal.

Esta forte amplitude etária poderá estar na base de diferentes motivações turísticas que se poderão traduzir num tipo de turismo deveras heterogéneo.

O **nível educativo** predominante dos visitantes inquiridos foi o ensino superior (80,5%).

Quadro 34 – Nível Educativo

Habilitações Literárias		N	%	% Válidas
Válidos	Ensino Básico	5	3,0%	3,0%
	Ensino Secundário	9	5,5%	5,5%
	Ensino Profissional	18	11,0%	11,0%
	Bacharelato/Licenciatura	62	37,8%	37,8%
	Mestrado/Doutoramento	70	42,7%	42,7%
	Total	164	100,0%	100,0%
Sem Resposta		0	0,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

Destacou-se nos inquiridos um número mais acentuado nos níveis educativos mais elevados dentro do ensino superior, 70 visitantes detinham Mestrado/Doutoramento (42,7%). Um grau de conhecimentos elevado poderá igualmente influenciar quer as motivações turísticas destes visitantes, quer as expetativas na oferta de serviços.

No que concerne o **país de residência habitual**, apesar do mercado português (7,9%) procurar este tipo de turismo, a maior procura concentra-se nos mercados estrangeiros (92,1%).

Quadro 35 – Residência Habitual

Residência Habitual		N	%	% Válidas
Válidos	Portugal	13	7,9%	7,9%
	Estrangeiro	151	92,1%	92,1%
	Total	164	100,0%	100,0%
Sem Resposta		0	0,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

Em termos globais, o peso dos visitantes estrangeiros é 11 vezes superior ao dos nacionais.

Com base nos dados ilustrados pelo quadro seguinte, os principais mercados turísticos dos respondentes estrangeiros foram a França (36,4%), a Alemanha (25,2%), a Suíça (9,9%), os Países Baixos (9,3%) e o Reino Unido (8,6%).

Quadro 36 – Residência Habitual – Estrangeiro

Residência Habitual - Estrangeiro		N	%	% Válidas
Válidos	Alemanha	38	25,2%	25,2%
	Bélgica	1	0,7%	0,7%
	Brasil	1	0,7%	0,7%
	Canadá	1	0,7%	0,7%
	Dinamarca	1	0,7%	0,7%
	Espanha	7	4,6%	4,6%
	França	55	36,4%	36,4%
	Países Baixos	14	9,3%	9,3%
	Itália	4	2,6%	2,6%
	Polónia	1	0,7%	0,7%
	Reino Unido	13	8,6%	8,6%
	Suíça	15	9,9%	9,9%
	Total	151	100,0%	100,0%
Sem Resposta		0	0,0%	
Total		151	100,0%	

N= Frequência.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

Ao compararmos estes dados com os apresentados anteriormente sobre os principais mercados das Casas de Campo na RAM⁷⁸, constatámos algumas discrepâncias na ordem de importância dos mercados, embora os cinco principais mercados estrangeiros sejam idênticos, as quais são compreensíveis, uma vez que estamos a tratar dados de uma amostra que se circunscreveu a um período diferente e que não incluiu a totalidade das Casas de Campo da Ilha.

Em termos da **situação face à atividade económica** desta amostra de hóspedes, o grupo foi representado maioritariamente por profissionais no ativo (88,4%).

⁷⁸ De acordo com o Gráfico 9 – Dormidas por Mercados Estrangeiros – Casas de Campo – Quota [2012].

Quadro 37 – Situação Face à Atividade Económica

Situação Atual		N	%	% Válidas
Válidos	Empregado	114	69,5%	69,5%
	Trabalhador por conta própria	31	18,9%	18,9%
	Reformado	14	8,5%	8,5%
	Doméstico	1	0,6%	0,6%
	Estudante	2	1,2%	1,2%
	Desempregado	2	1,2%	1,2%
	Total	164	100,0%	100,0%
Sem Resposta		0	0,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

A análise ao quadro anterior reflete que a maioria dos visitantes era constituída por empregados por conta de outrem (69,5%), sendo igualmente relevante o grupo dos trabalhadores por conta própria (18,9%). Um outro grupo, os aposentados (8,5%) ostentaram um peso relativo na amostra.

A caracterização da **ocupação profissional** permite salientar que o grupo com maior representatividade foi o dos profissionais com cargos diretivos ou profissões liberais (50,6%).

Quadro 38 – Ocupação Profissional

Nível de Ocupação Profissional		N	%	% Válidas
Válidos	Diretor ou Gerente	33	20,1%	21,2%
	Profissional Liberal (médico, advogado, professor, etc.)	50	30,5%	32,1%
	Técnico Especializado (técnico, enfermeiro...)	17	10,4%	10,9%
	Técnico Administrativo	11	6,7%	7,1%
	Profissional de Serviços ou Comércio	17	10,4%	10,9%
	Trabalhador Manual ou Artesão	5	3,0%	3,2%
	Outro	23	14,0%	14,7%
	Total	156	95,1%	100,0%
Sem Resposta		8	4,9%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

Sobressaíram ainda, neste grupo, os técnicos especializados (10,4%) e os profissionais de serviços ou comércio (10,4%).

A componente do questionário relativa ao **escalão de rendimento anual bruto do agregado familiar** foi a que apresentou um nível de resposta menos elevado em relação às restantes questões. Dos 164 inquiridos, 25 optaram por não responder (15,2%).

Quadro 39 – Rendimento Anual Bruto do Agregado Familiar

Rendimento Anual		N	%	% Válidas
Válidos	≤ 10.000 Euro	5	3,0%	3,6%
	10.001-20.000 Euro	6	3,7%	4,3%
	20.001-30.000 Euro	11	6,7%	7,9%
	30.001-40.000 Euro	21	12,8%	15,1%
	40.001-50.000 Euro	24	14,6%	17,3%
	50.001-60.000 Euro	22	13,4%	15,8%
	60.001-70.000 Euro	12	7,3%	8,6%
	> 70.000 Euro	38	23,2%	27,3%
	Total	139	84,8%	100,0%
Sem Resposta		25	15,2%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

O quadro anterior permite-nos identificar que a maioria dos respondentes (69%) possui um rendimento anual bruto por agregado familiar superior aos 40.000 Euro, sendo que 38 respondentes (27,3%) auferem um rendimento anual superior a 70.000 Euro, o que nos permite concluir que estes visitantes se integram num nível económico-financeiro médio-elevado.

Neste momento e com base nos resultados anteriormente apresentados, julgamos pertinente concluir que o perfil sociodemográfico e económico deste visitante ancora nas seguintes características:

- Residem no Estrangeiro;
- Compõem-se por casais ou famílias;
- Predominância do grupo etário entre os 30 e os 59 anos;
- Possuem formação integrada no ensino superior (80,5%);

- Exercem uma atividade económica (88,4%);
- Na ocupação profissional destacam-se os quadros dirigentes e as profissões liberais (50,6%);
- Possuem um nível económico-financeiro médio-elevado.

Todas estas características estão interligadas, sendo umas fruto das outras pelo que podemos afirmar que mediante este perfil, estes visitantes são detentores das três premissas fundamentais para praticar turismo: Rendimento, Tempo e Motivação. A Motivação será analisada no ponto seguinte.

2.3.2 VIAGEM E MOTIVAÇÕES

Ter conhecimento se o visitante está a efetuar **uma primeira visita ou a repetir** um alojamento é um dado relevante quando queremos apurar o grau de fidelização do cliente (Cerro, Mogollón e Alves, 2010: 231-241). O quadro seguinte permitiu-nos identificar se os visitantes que procuram o turismo rural repetem o destino Madeira, nas suas deslocações.

Quadro 40 – Primeira Visita ou Repetição

Já alguma vez visitou esta localidade?		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	33	20,1%	20,1%
	Não	131	79,9%	79,9%
	Total	164	100,0%	100,0%
Sem Resposta		0	0,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

Os dados da amostra refletem alguma incidência na repetição das visitas à localidade (20,1%), demonstrativa de um razoável grau de fidelização por parte do visitante, apesar de para a maioria dos inquiridos, esta ter sido a primeira visita (79,9%).

Quadro 41 – Número de Visitas

Quantas vezes visitou esta localidade?		N	%	% Válidas
Válidos	1	15	9,1%	45,5%
	2	5	3,0%	15,2%
	3	4	2,4%	12,1%
	4	2	1,2%	6,1%
	5	4	2,4%	12,1%
	6	1	0,6%	3,0%
	10	2	1,2%	6,1%
	Total	33	20,1%	100,0%
Sem Resposta		131	79,9%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

Dos 33 inquiridos que já haviam visitado a localidade, para 15 visitantes (45,5%) esta foi a sua segunda visita. Nos respondentes existiam outros que já haviam visitado a localidade mais vezes, neste grupo salientamos dois visitantes (6,1%) que afirmaram já ter visitado a região 10 vezes.

Segundo Luís Mendes «*os espaços rurais têm vindo a adquirir importância para a sociedade em geral, principalmente pelos “não-rurais”*. A redefinição de ruralidade e a percepção de que as áreas rurais constituem uma alternativa de qualidade de vida, resultou na atribuição de funções de reserva e salvaguarda do ambiente/natureza a estas áreas» (Mendes, 2010: 658), fatores que poderão estar na base da repetição do destino pelos visitantes.

Na componente «**Principal Motivo da Visita**» do questionário, o visitante só poderia escolher uma opção de resposta.

Quadro 42 – Principal Motivo de Visita

Qual o principal motivo desta visita?		N	%	% Válidas
Válidos	Turismo	106	64,6%	64,6%
	Interesse pela Cultura Tradicional	4	2,4%	2,4%
	Interesse pela Natureza	31	18,9%	18,9%
	Interesse Gastronómico	10	6,1%	6,1%
	Interesse pela Zona	9	5,5%	5,5%
	Visita a Monumentos	0	0,0%	0,0%
	Evento Cultural/Desportivo	0	0,0%	0,0%
	Visita a amigos ou familiares	1	0,6%	0,6%
	Negócios/Estudos	0	0,0%	0,0%
	Outro	3	1,8%	1,8%
	Total	164	100,0%	100,0%
Sem Resposta		0	0,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

Os dados revelaram que para 64,6% dos visitantes, a principal motivação turística foi praticar «Turismo». De acordo com a definição de Turismo, este tipo de resposta pode ser indicativo de que estes visitantes pretendiam usufruir da oferta turística da

região em geral, sem que existisse um único motivo específico para a realização da visita.

Por outro lado, alguns visitantes demonstraram possuir motivações específicas ligadas, sobretudo, ao interesse pela natureza (18,9%), ao interesse gastronómico (6,1%), ao interesse pela zona (5,5%) e ao interesse pela cultura tradicional (2,4%), o que nos permite deduzir que 32,9% dos visitantes que procuram o turismo em espaço rural possuem motivações principais específicas, ligadas ao património natural e cultural da região visitada. Estes dados confirmam conclusões já retiradas em outros estudos:

«The market trends reveal, indeed, a potential increase of the demand of rural areas as leisure and tourism spaces, as a result of a variety of existing endogenous resources and their potential combination in tourist products, appealing to a segment that, as confirmed by our results, look for “contact with nature”, wish to “get to know new places, cultures and traditions”, and the “authentic/ genuine” contact with local people – central aspects of a rural experience sought and lived».

(Kastenholz e Lima. 2011: 71)

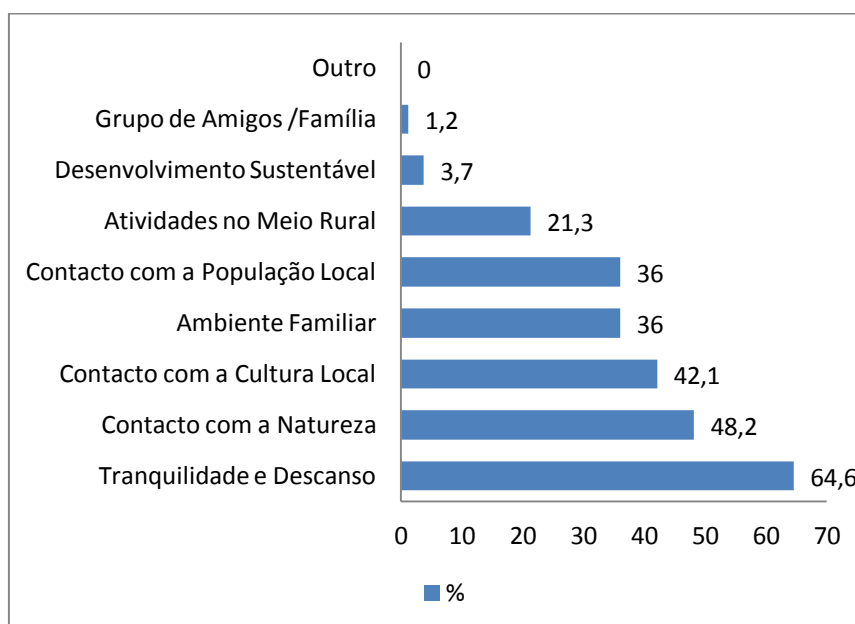
Foi nossa intenção descobrir que motivos impulsionariam estes visitantes na **preferência por uma «Casa de Campo»**, isto é, uma unidade turística pertencente ao TER, em lugar de um outro estabelecimento da hotelaria em geral. Para o efeito colocámos uma questão de resposta múltipla, cujos resultados poderão ser consultados com maior detalhe no Anexo Estatístico.

No entanto, de acordo com o gráfico seguinte, a variável com maior número de respostas foi a «Tranquilidade e Descanso», seguida de perto pelo «Contacto com a Natureza» e pelo «Contacto com a Cultura Local». Em quarto plano surge o «Ambiente Familiar» e o «Contacto com a População Local».

Segundo Luís Mendes, *«busca-se os antípodas dos modos de vida que o meio urbano engendrou: a estabilidade, a continuidade, a autenticidade, a tranquilidade, a diferença, a humanização das relações, o contacto com a Natureza»* (Mendes, 2010: 659).

Apesar do «Contacto com a Natureza» surgir em segundo plano e o «Contacto com a Cultura Local» surgir em terceiro plano, gostaríamos de salientar que a diferença entre ambos foi diminuta.

Gráfico 13 – Fatores de Opção pelo TER – Casas de Campo



Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

O estudo elaborado por Luís Silva revelou-nos dados muito semelhantes aos apurados na nossa investigação. Segundo o autor, o que motiva o visitante a escolher uma casa rústica é o «*desejo de entrar em contacto com a cultura popular*» (Silva, 2006: 307). O autor, no decurso da sua investigação e de acordo com as opiniões dos proprietários e dos visitantes, concluiu que:

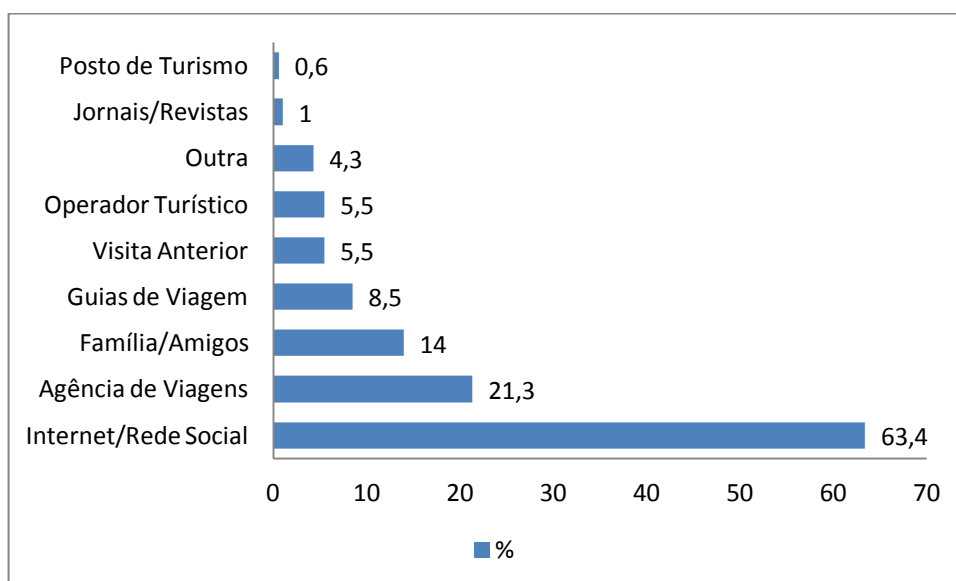
«[O] TER é um serviço de alojamento que apresenta características próprias, pouco tendo em comum com as formas convencionais de hospedagem, como os hotéis e as pensões, em razão de múltiplos factores, entre os quais a sua inserção em meios rurais, as características dos edifícios de suporte, a reduzida capacidade de alojamento, o carácter familiar, o atendimento personalizado e o convívio com os proprietários».

(Silva, 2006: 308).

Conhecer a fonte onde o visitante obteve a **informação sobre a unidade turística** que o motivou a escolhê-la é um dado relevante na seleção do tipo de divulgação de qualquer empreendimento turístico. De acordo com esse princípio lançámos uma questão de resposta múltipla aos visitantes⁷⁹.

⁷⁹ Os resultados poderão ser consultados com maior detalhe no Anexo Estatístico.

Gráfico 14 – Recolha de Informação sobre as Casas de Campo



Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

A informação sobre a «Casa de Campo» foi obtida na grande maioria dos casos (63,4%) através da Internet/Rede Social, sendo que as agências de viagens e a informação transmitida pela família ou amigos ainda influenciam consideravelmente a escolha do alojamento. Em 2004, António Ferreira concluiu que «a melhor promoção ainda é aquela que decorre dos meios tradicionais, onde se destacam o conhecimento anterior dos sítios e o aconselhamento de familiares e amigos» (Ferreira, 2004: 484), passados 8 anos, o cenário modificou-se radicalmente, apesar dos «meios tradicionais» ainda possuírem alguma influência, a Internet suplantou-os de uma forma que podemos mesmo considerar, devastadora:

«O turismo e as tecnologias de informação constituem duas das maiores e mais dinâmicas indústrias do mundo, sendo que as referidas tecnologias se tornam numa das variáveis mais importantes da competitividade do sector turístico. O facto do turismo ser uma indústria de serviços com um alcance internacional, possuindo características únicas, contribui para a quantidade elevada de informação no sector. Actualmente, a utilização efectiva das tecnologias de informação deve ser considerado um factor crítico de sucesso. Para muitos turistas, a pesquisa e a avaliação da informação são parte integrante da experiência de viagem».

(Melo, 2003: 156)

Os resultados da amostra revelaram-nos que a **organização da viagem**, embora realizada na maioria pelos próprios visitantes, encerra ainda um número razoável de

turistas que recorrem às agências de viagens (cerca de 15%) e aos pacotes turísticos (23,2%).

Quadro 43 - Organização da Viagem – Pacote Turístico

Pacote de férias com tudo incluído		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	38	23,2%	100,0%
Sem Resposta		126	76,8%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

Pela análise do quadro seguinte constatámos que o transporte é reservado separadamente pela Internet (44,5%) ou diretamente pelo visitante (8,5%), assim como a reserva do alojamento, a qual é efetuada pela Internet (41,5%) ou diretamente pelo turista (17,1%).

Quadro 44 – Organização da Viagem – Transporte e Alojamento

Organização da Viagem		Transporte reservado separadamente			Alojamento reservado separadamente		
		N	%	% Válidas	N	%	% Válidas
Válidos	Através de Ag. De Viagens ou Op. Turístico	26	15,9%	21,3%	21	12,8%	17,2%
	Pela Internet	73	44,5%	59,8%	68	41,5%	55,7%
	Tratou de tudo Pessoalmente (tel, mail...)	14	8,5%	11,5%	28	17,1%	23,0%
	Não reservou nada	9	5,5%	7,4%	5	3,0%	4,1%
	Total	122	74,4%	100,0%	122	74,4%	100,0%
Sem Resposta		42	25,6%		42	25,6%	
Total		164	100,0%		164	100,0%	

N= Frequência.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

Os visitantes que não reservaram antecipadamente, o transporte ou o alojamento, estavam inseridos no turismo doméstico, com residência habitual na Ilha. Julgamos que para estes visitantes não é relevante efetuar uma reserva com antecedência, uma vez que ao conhecerem a localização das diferentes Casas de Campo na ilha da Madeira, caso uma das casas não possa aceitar a reserva, encontram muito facilmente outra.

Pelo quadro exposto, em relação a «Viagem e Motivações», podemos concluir que o visitante das Casas de Campo da Madeira ostenta as seguintes particularidades:

- Não repete o destino Madeira;
- «O Principal Motivo da Visita» é praticar «Turismo»;
- A opção pelo TER - Casas de Campo, fundamenta-se essencialmente e, por ordem decrescente de importância, nos seguintes fatores:
 - Tranquilidade e Descanso;
 - Contacto com a Natureza;
 - Contacto com a Cultura Local;
 - Ambiente Familiar;
 - Contacto com a População Local;
- Recolhe informações sobre as Casas de Campo através da Internet/Rede Social;
- Reserva com antecedência, o alojamento e o transporte, maioritariamente através da Internet.

Examinando o conjunto destas características, pensamos poder afirmar que estes visitantes são pessoas bem informadas e com noções bem definidas sobre o tipo de turismo que procuram. Por outro lado, esta análise ancora e consolida o perfil sociodemográfico e económico deste visitante, já apresentado no ponto anterior.

2.3.3 A VISITA À LOCALIDADE

A maioria dos estabelecimentos apresentou uma **duração média de estada** dos visitantes entre quatro a sete noites (57,9%), apesar de existir um número razoável que permanece entre 8 a 15 noites (23,8%).

Quadro 45 – Duração da Visita

Tempo de Estada de acordo com grupos*		N	%	% Válidas
Válidos	1	26	15,9%	15,9%
	2	95	57,9%	57,9%
	3	39	23,8%	23,8%
	4	4	2,4%	2,4%
	Total	164	100,0%	100,0%
Sem Resposta		0	0,0%	
Total		164	100,0%	

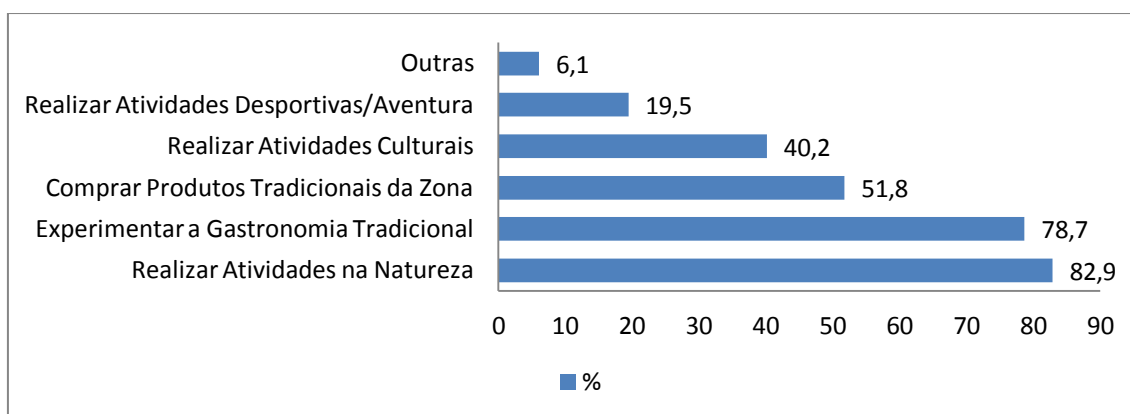
*Grupos: 1= 0 a 3 noites, 2= 4 a 7 noites, 3= 8 a 15 noites, 4= 16 a 30 noites.

N= Frequência.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

No tocante às atividades realizadas durante a visita, esta parte do questionário consumou-se através do lançamento de uma questão de resposta múltipla.

Gráfico 15 – Atividades Realizadas Durante a Visita



Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

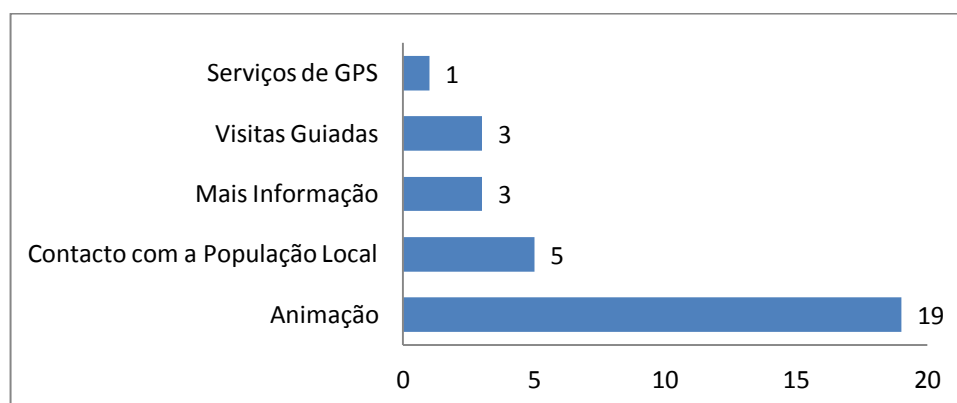
Com base nos dados ilustrados no gráfico anterior, as atividades destes visitantes incidiram sobretudo na natureza (82,9% de respostas) e no desejo de experimentar a gastronomia tradicional (78,7% de respostas). Nesta perspetiva é fundamental lembrar que «o turismo é um fenómeno complexo e é seguramente um dos exemplos pioneiros da “economia da experiência” em que hoje nos integramos. A valorização da experiência nunca como hoje foi tão elevada» (Inácio e Patuleia, 2008: 94).

O gráfico denota ainda que a maioria dos visitantes compra produtos tradicionais da zona (51,8%) e que um número razoável de visitantes (40,2%) realiza atividades culturais.

A questão sobre as **atividades futuras a oferecer no meio rural** fundamentou-se numa questão aberta lançada aos visitantes. O grau de resposta foi muito reduzido, na totalidade dos questionários obtivemos unicamente 31 respostas (18,9%).

Sintetizámos os comentários dos visitantes no gráfico seguinte:

Gráfico 16 – Atividades a Desenvolver Segundo os Visitantes



Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

A análise ao gráfico anterior denota um maior número de comentários (19) em redor da «Animação». Este tema agrupou os comentários relativos a eventos, atividades rurais de índole cultural, feiras gastronómicas, etc. A questão da animação foi a que recebeu classificação inferior na avaliação do alojamento pelos visitantes, já focada anteriormente.

O contacto com a população local foi igualmente referido por cinco visitantes (3,1%) e sendo um dos principais motivos que pesam na escolha do turismo rural, em nosso entender deverá ser também um aspeto determinante a ter em consideração no futuro, uma vez que a diversidade entre os destinos turísticos e neste caso particular «a

valorização da experiência» é um fator de competitividade, sendo este último considerado como «*um dos factores mais importantes na definição de um destino atractivo, significando a capacidade que este tem de se destacar, de dar resposta e de se impor no mercado*» (Inácio e Patuleia, 2008: 95).

Os últimos três temas, «Mais Informação», «Visitas Guiadas» e «Serviços de GPS», apesar de apresentados separadamente, em nossa opinião poderiam estar ser agrupados num único comentário «Mais Informação». A nossa opinião fundamenta-se na existência de visitas guiadas na Madeira de qualquer tipo, na oferta diversificada das mesmas pelas agências de viagens locais e na possibilidade destas criarem visitas específicas sempre que solicitadas. Se um visitante não teve conhecimento desta hipótese foi porque não foi devidamente informado. De forma análoga, em relação aos serviços de GPS, o visitante que mencionou esta carência, possivelmente estaria mal informado, porque existem aplicações gratuitas para telemóveis e outro tipo de tecnologia, disponibilizadas em diferentes *sites* e em especial, no *site* oficial da Direção Regional de Turismo da Madeira.

O **grau de satisfação** do visitante, no que concerne os **aspetos da localidade** foi apurado através de uma questão que solicitava a atribuição de uma classificação de um a 10 pontos para cada uma das variáveis da questão principal. Esta componente do questionário, por constituir um grupo de questões fechadas e concretas, obteve em média um grau de resposta elevado.

Quadro 46 – Grau de Satisfação - Localidade

Grau de Satisfação do Visitante - Aspetos da Localidade	N		Média*	Moda**
	Válidos	Sem Resposta		
Autenticidade da Paisagem	162	2	8,40	8
Conservação da Arquitetura Tradicional	159	5	7,42	8
Museus e Atrações Culturais	133	31	5,95	6
Festivais e Eventos	120	44	5,72	7
Costumes e Tradições	134	30	6,71	8
Gastronomia Regional	154	10	7,77	8
Hospitalidade da População Local	162	2	8,32	8
Horário de Abertura dos Recursos Turísticos	140	24	6,50	7
Sinalização Turística	153	11	6,28	6
Variedade de Oferta de Serviços	137	27	6,31	7
Serviços dos Postos de Informação Turística	122	42	4,89	4, 6
Infraestruturas de Acesso a esta Localidade	153	11	6,92	8

N= Frequência, *Média= Média Aritmética, **Moda= Valor que ocorre com maior frequência.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

Em termos gerais, o grau de satisfação dos visitantes apresentou valores positivos, tendo ocorrido em duas variáveis («Festivais e Eventos» e «Serviços dos Postos de Informação Turística») um superior número visitantes que optaram por não atribuir qualquer classificação a essas duas questões.

Em nossa opinião, os resultados obtidos nesta questão são demonstrativos de que *«os espaços rurais passaram a constituir-se como espaços centrais nos novos paradigmas de desenvolvimento, uma vez que preenchem valores e concepções crescentemente defendidas pelas sociedades pós-modernistas, como a autenticidade e a relação com a natureza e as tradições»* (Mendes, 2010: 661).

De acordo com os resultados apurados, as médias mais elevadas das classificações, na ordem dos 8 pontos, centraram-se nas seguintes variáveis:

- Autenticidade da Paisagem;
- Hospitalidade da População Local.

As médias das classificações na ordem dos 7 pontos, ocorreram em:

- Gastronomia Regional;
- Conservação da Arquitetura Tradicional.

As médias das classificações na ordem dos 6 pontos, incidiram em:

- Infraestruturas de Acesso a esta Localidade;
- Costumes e Tradições;
- Horário de Abertura dos Recursos Turísticos;
- Variedade de Oferta de Serviços;
- Sinalização Turística.

As médias das classificações na ordem dos 5 pontos, recaíram em:

- Museus e Atrações Culturais;
- Festivais e Eventos.

A média inferior das classificações, na ordem dos quatro pontos, registou-se numa única variável:

- Serviços dos Postos de Informação Turística.

O grau de satisfação dos visitantes, em nossa opinião espelha alguns aspetos já enunciados neste estudo. Estes visitantes efetuam maioritariamente as suas reservas através da Internet ou diretamente com os proprietários/representantes das Casas de Campo onde ficam alojados, pelo que não recebem a «assistência» que é normalmente concedida pelas agências de viagens locais, isto é, não usufruem de uma reunião de

informação aquando da sua chegada, efetuada por um profissional de informação turística. Essa reunião, quando acontece nas Casas de Campo, é efetuada pelo proprietário/representante do empreendimento, o qual conforme enunciado anteriormente, nem sempre tem formação na área turística.

Se tivermos em consideração os resultados do estudo elaborado por António Ferreira, a atual atitude dos proprietários/ representantes das Casas de Campo na Madeira transforma-se numa apreensão que se reveste de peculiar subtilidade no futuro sucesso empresarial destes empreendimentos:

«Apreciam o conforto e a qualidade do alojamento, contam com atenções e atitudes profissionais de parte de quem os recebe, não desdenhando conhecer a natureza e a cultura das comunidades. O seu poder económico, as categorias socio-profissionais onde se enquadram, a sua elevada instrução são características que os tornam exigentes e críticos, o que lhes advém da sua própria cultura e dos variados contactos com outras sociedades e formas de receber, experiências mais ou menos gratificantes, mas que servem para aferir a sua preferência pelos destinos que frequentam».

(Ferreira, 2004: 483)

Por outro lado, atualmente existem apenas 7 postos de informação turística ao longo da Ilha, três no Funchal, um na Ribeira Brava, um no Porto Moniz, um em Santana e um em Santa Cruz (<http://www.visitmadeira.pt>, 2013). Existem concelhos na Madeira que não possuem qualquer posto de informação turística. Neste cenário, onde a informação concedida a estes visitantes pode ter sido diminuta, são compreensíveis, quer as classificações mais baixas que foram atribuídas aos «Costumes e Tradições», à «Variedade de Oferta de Serviços», aos «Museus e Atrações Culturais», aos «Festivais e Eventos», quer a classificação mais baixa de todas as variáveis, a atribuída aos «Serviços dos Postos de Informação Turística».

Esta situação ainda se revela mais preocupante porque temos conhecimento de que a divulgação na Ilha das variáveis em causa é muito fraca. O próprio *site* oficial da Direção Regional de Turismo da Madeira não disponibiliza informação suficiente sobre as atrações culturais, em especial no que concerne aos festivais e eventos⁸⁰.

Quanto à classificação atribuída aos Museus, julgamos que teve por base a sua localização, extremamente concentrada no Funchal, conforme apresentaremos no capítulo relativo ao património cultural.

⁸⁰ Consulte-se o *site*: <http://www.visitmadeira.pt>.

As variáveis que dominaram as melhores classificações foram os aspetos que não estão diretamente dependentes de uma melhor ou pior informação/divulgação, é o que o visitante encontra, sem grande esforço, em qualquer ponto da Ilha:

- Autenticidade da Paisagem;
- Hospitalidade da População Local;
- Gastronomia Regional;
- Conservação da Arquitetura Tradicional.

Com base nestes resultados podemos concluir que a Madeira deverá desenvolver iniciativas de aperfeiçoamento nos horários de abertura dos recursos turísticos, na sinalização turística, nos serviços dos postos de informação turística e sobretudo na divulgação dos museus, atrações turísticas, festivais e eventos.

Em termos da **satisfação global da visita** alcançámos um grau de respostas excelente. Nesta questão foi igualmente requerido ao visitante que imputasse uma classificação de um a 10 pontos a uma única variável: o grau de satisfação global da visita.

Quadro 47 – Grau de Satisfação Global da Visita

Grau de Satisfação Global da Visita	N			
	Válidos	Sem Resposta	Média*	Moda**
Total	164	0	7,89	8

N= Frequência, *Média= Média Aritmética, **Moda= Valor que ocorre com maior frequência.
 Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

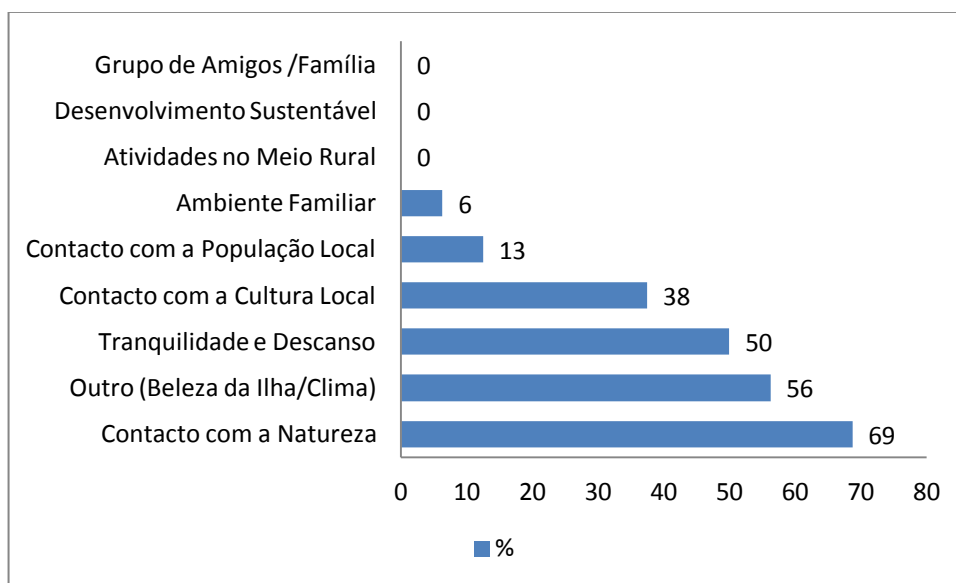
A média das classificações situou-se nos 7,8 pontos, com uma moda na escala 8, o que traduz um grau de satisfação global elevado por parte do visitante das Casas de Campo.

2.3.4 O OLHAR DOS PROPRIETÁRIOS TER SOBRE O VISITANTE

Ao longo das visitas às Casas de Campo e entrevistas aos proprietários/representantes colocámos algumas questões sobre os visitantes. Ao compararmos os resultados dos questionários lançados aos hóspedes com as respostas dos proprietários verificámos que muitas eram coincidentes, em especial no âmbito dos mercados emissores, da faixa etária, da composição dos grupos de visitantes, do nível educativo e socioeconómico do visitante, da duração da estada, entre outras.

Encontrámos alguma discrepância sobretudo no que concerne os motivos que atraem os visitantes a uma unidade turística rural. Foi solicitado aos proprietários/representantes que respondessem a uma questão que havia sido colocada, de forma idêntica, aos visitantes⁸¹. O gráfico seguinte ilustra a opinião dos proprietários:

Gráfico 17 – Fatores de Opção pelo TER (segundo os Proprietários)



Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através da Entrevista aos Proprietários/Representantes das Casas de Campo (2012).

Para os proprietários/representantes o principal fator de opção por uma unidade turística rural foi o «Contacto com a Natureza» (69%), enquanto para os visitantes este foi o segundo fator (48,2%).

⁸¹ Consulte-se o gráfico 13 do presente estudo.

O segundo fator para os proprietários/representantes foi a variável «Outro», a qual distinguiram com «Beleza da Ilha/Clima» (56%). Esta variável não foi escolhida por nenhum visitante.

O terceiro fator para os proprietários/representantes foi a «Tranquilidade e Descanso» (50%), para os visitantes este foi o primeiro fator (64,6%).

O «Contacto com a Cultura Local» foi considerado o quarto fator pelos proprietários (38%) e o terceiro pelos visitantes (42,1%).

Segundo Luís Silva a preferência dos turistas pelas unidades de turismo em espaço rural consubstancia-se essencialmente no seguinte:

«O ambiente familiar e doméstico, o atendimento personalizado, a escala reduzida, a hospitalidade calorosa e a plena integração no meio envolvente, tanto em termos arquitectónicos como decorativos, constituem, na óptica destes turistas, os traços distintivos do turismo em espaço rural face aos hotéis e pensões».

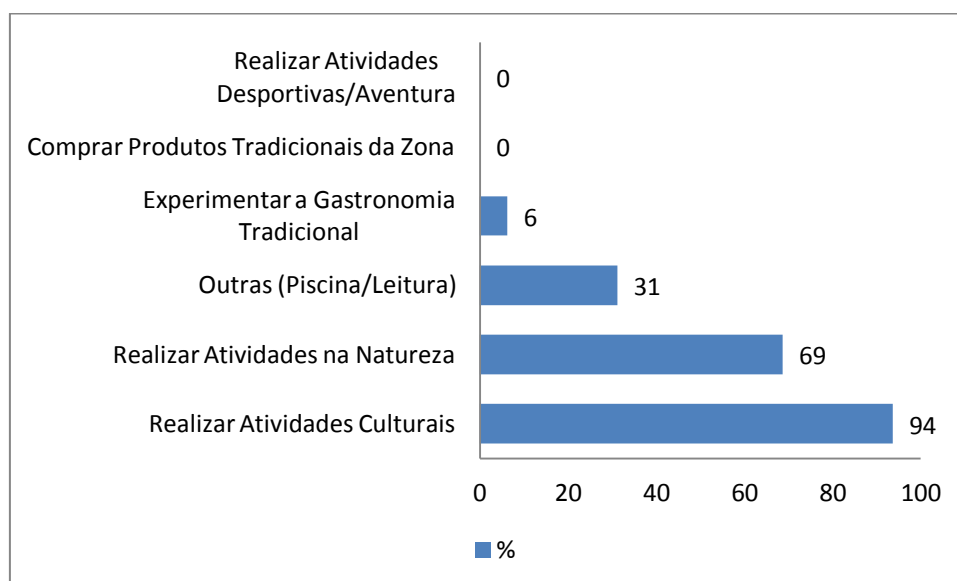
(Silva, 2009: 130).

Na entrevista efetuada à Associação Madeira Rural, sendo uma única entidade a responder, a questão foi colocada de forma diferente. Foi solicitado ao representante da Associação que estabelecesse uma prioridade entre as diversas opções. O resultado da questão mostrou, por ordem decrescente de importância, os seguintes fatores de opção: «Contacto com a Natureza», «Tranquilidade e Descanso», «Ambiente Familiar», «Contacto com a Cultura Local» e «Contacto com a População Local».

Esta comparação permitiu-nos retirar algumas relações, entre elas a eventualidade de alguns dos principais intervenientes neste processo, não possuírem um conhecimento aprofundado sobre as motivações turísticas do Visitante TER na Madeira. Esta situação não é única na Madeira, outros estudos efetuados em Portugal continental apresentam realidades semelhantes, em que os proprietários dos empreendimentos TER valorizam, sobretudo «categorias relacionadas com o “conforto”, a “proximidade da natureza”, o “ambiente familiar”» (Jesus, Kastenholz e Figueiredo, 2008: 6) como principais motivações turísticas. Por outro lado, estes resultados facilitaram-nos o entendimento do tipo de divulgação efetuada sobre as Casas de Campo na Madeira, a qual denota uma forte incidência na «Natureza», conforme já focámos anteriormente.

Outro ponto onde encontramos algumas diferenças que de certa forma poderão corroborar as relações anteriores, foram nas «atividades realizadas pelos visitantes».

Gráfico 18 – Atividades Realizadas pelos Visitantes (Segundo os Proprietários)



Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através da Entrevista aos Proprietários/Representantes das Casas de Campo (2012).

Segundo os proprietários/representantes, os visitantes ocupam o seu tempo essencialmente em três tipos de atividades, por ordem de importância decrescente consoante o número de respostas obtidas: «Atividades Culturais» (94%), «Atividades na Natureza» (69%), «Outras (Piscina/Leitura)» (31%).

Segundo os questionários lançados aos visitantes, as três principais atividades, por ordem decrescente de acordo com o número de respostas, foram as seguintes: «Atividades na Natureza» (82,9%), «Experimentar a Gastronomia Local» (78,7%) e «Comprar Produtos Tradicionais da Zona» (51,8%).

Perante estes resultados, verifica-se uma vez mais o fraco conhecimento da procura turística destes empreendimentos por parte dos seus proprietários e as respetivas atitudes em relação à oferta que disponibilizam:

«[C]om efeito, se as motivações inerentes às deslocações para áreas rurais apelam frequentemente ao descanso entre a natureza e a tranquilidade, o sucesso do turismo no espaço rural não pode resignar-se a proporcionar estadas passivas nos meios de acolhimento».

(Jesus, Kastenholz e Figueiredo, 2008: 6)

No decurso das entrevistas aos proprietários/representantes das Casas de Campo apercebemo-nos que uma grande parte dos proprietários não desenvolvia um contacto assíduo com o visitante. Alguns só contactam pessoalmente o visitante no dia de chegada, ocasião em que entregam as chaves da casa, conversam com o hóspede,

ofereciam-lhe alguma informação sobre a Ilha e concediam-lhe o seu contacto telefónico para uma eventualidade. Informavam igualmente onde deveriam deixar as chaves no dia de saída, caso a empregada de limpeza não estivesse presente no momento. Sendo que «*um dos momentos essenciais do turismo é o contacto entre turistas e os prestadores de serviços, [...] a deficiente preparação dos profissionais e sensibilidade das pessoas em geral pode prejudicar a imagem turística de um destino e, conseqüentemente prejudicar a sua performance económica*» (Ferreira, 2004: 481-482), esta situação poderá ter provocado igualmente a classificação concedida pelos visitantes à variável «Contacto com os Proprietários do Alojamento», a qual obteve uma média de classificações na ordem dos 7 pontos (cf. Quadro 25).

Um outro ponto onde encontrámos alguma discordância com os resultados dos questionários dos visitantes foi na questão relativa à interatividade dos visitantes com a população local.

*Quadro 48 – Interatividade dos Visitantes com a População Local
(Segundo os Proprietários)*

Opinião dos Proprietários/Representantes	N	%
Grande	5	31,2
Normal	4	25
Fraca	4	25
Inexistente	1	6,3
Não sabe	2	12,5
Total	16	100

N= Frequência.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através da Entrevista aos Proprietários/Representantes das Casas de Campo (2012).

Para a maioria dos proprietários/representantes (56,2%) existe uma interatividade positiva entre os visitantes e a população local, tendo cinco proprietários considerado que o nível de interatividade era «Grande» (31,2%). Estes informaram-nos que os hóspedes visitavam a localidade com muita frequência, assistiam aos eventos locais, interessavam-se pelos costumes e tradições e gostavam de experimentar os produtos locais. No entanto, uma grande parte dos proprietários (43,8%) afirmou que a interatividade era «Fraca», «Inexistente» ou que não detinham conhecimento sobre este assunto. O proprietário que declarou não existir qualquer interatividade, esclareceu-nos da seguinte forma: «*Não existe esse interesse, os hóspedes são reservados*». Esta

imagem criada pelos proprietários/representantes das Casas de Campo na Madeira ilustra uma realidade diferente que não coincide, nem com os resultados obtidos em estudos mais recentes que nos transmitem a relevância do contacto com a população local neste tipo de turismo: «*Another importante motivation factor is the search for more personalized, “intimist” relationships, the genuine contact with the local community*» (Kastenholz e Lima, 2011: 65); nem com os resultados dos questionários lançados aos visitantes da nossa amostra de investigação. Nestes últimos, na questão relativa aos fatores de opção por uma unidade turística rural (cf. Gráfico 13), a variável «Contacto com a População Local» foi selecionada por 59 visitantes (36 %). No grau de satisfação do visitante relativo à localidade, a variável relativa à «Hospitalidade da População Local» recebeu uma média de classificações na ordem dos 8 pontos, tendo 125 inquiridos (76,2%) concedido classificação igual ou superior a 8 pontos de acordo com o seguinte quadro:

Quadro 49 – Grau de Satisfação do Visitante - Hospitalidade

Hospitalidade da População Local	N	%	% Válidas	
Válidos	1	2	1,2%	1,2%
	2	0	0,0%	0,0%
	3	1	0,6%	0,6%
	4	0	0,0%	0,0%
	5	3	1,8%	1,9%
	6	11	6,7%	6,8%
	7	20	12,2%	12,3%
	8	43	26,2%	26,5%
	9	42	25,6%	25,9%
	10	40	24,4%	24,7%
Total	162	98,8%	100,0%	
Sem Resposta	2	1,2%		
Total	164	100,0%		

N= Frequência.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

No conjunto dos inquiridos, apenas 8 visitantes (4,8%) atribuíram classificação igual ou inferior a cinco pontos ou não responderam à questão. Com base nestes dados julgamos poder afirmar que existe uma forte interatividade entre os visitantes e a população local, contrariamente à opinião dos proprietários/representantes.

Com base no anteriormente exposto pensamos que o contacto com os visitantes por parte de alguns proprietários/representantes das Casas de Campo na Madeira, é reduzido ou inexistente e que no futuro deverá constituir um fator a ser aperfeiçoado.

Perante o quadro referenciado neste ponto e ao longo da nossa investigação, julgamos ter evidenciado os pontos fracos a melhorar. Alguns deles foram analogamente identificados noutros estudos relativos a Portugal Continental, conforme ficou demonstrado no nosso estudo e também apontado por Mariana Batouxas:

«É de prever igualmente e ainda, dificuldades no que respeita à multiplicidade de funções que são propostas quando se encara a diversificação na exploração agrícola, e que consistem no facto de exigirem simultaneamente as funções da produção, da transformação e da comercialização e em certos casos ainda a prestação de serviços ligados ao turismo rural, o que de certa forma apela para a necessidade de uma estratégia colectiva e de um reforço da formação profissional».

(Batouxas, 1998: 188-189)

2.3.5 AS ESPECIFICIDADES DO VISITANTE DAS CASAS DE CAMPO NA MADEIRA

Na perspetiva de identificar o perfil do visitante das Casas de Campo na Madeira com superior especificidade efetuámos algumas relações entre os resultados dos respetivos questionários. Das relações que constam do Anexo Estatístico, destacam-se essencialmente duas que merecem referência. A primeira, relativa aos inquiridos que já haviam visitado a Madeira e a segunda, sobre a interdependência entre os motivos principais da visita e os fatores de opção por uma unidade turística rural.

Visita Anterior

Julgámos importante verificar se os turistas que já haviam visitado a região em comparação com o perfil geral do visitante, denotavam diferenças marcantes ao nível das motivações da viagem, da opção por uma unidade turística rural e das atividades realizadas⁸².

O motivo principal de viagem para os visitantes que já conheciam a Ilha não apresentou diferenças substanciais. Os dois motivos principais foram idênticos, registando-se uma alteração no terceiro motivo que nestes casos foi o «Interesse pela Zona».

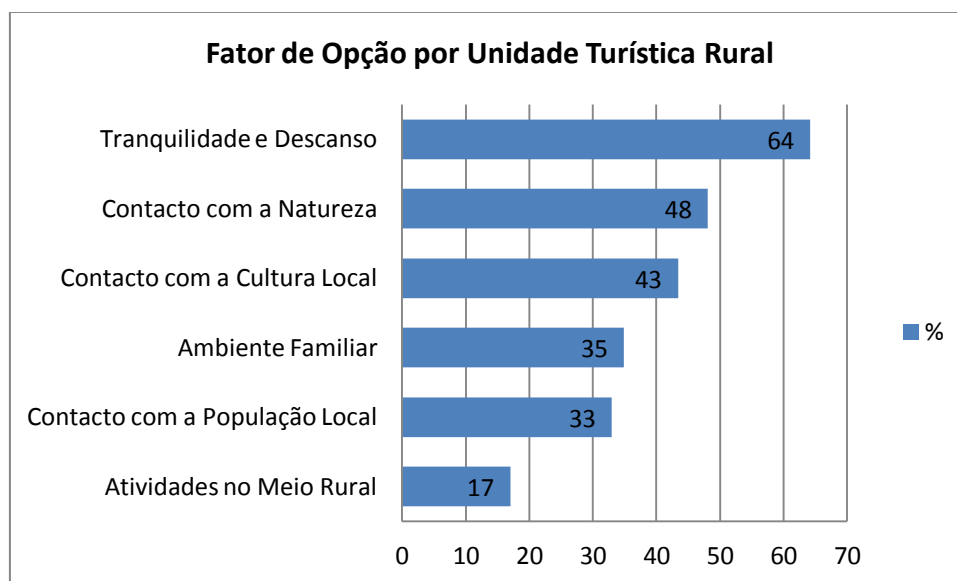
Nos fatores de opção por uma unidade turística rural, a divergência essencial residiu na alteração entre a terceira e quarta opção do perfil geral. Para estes visitantes o fator «Ambiente Familiar» das Casas de Campo sobrepõe-se ao fator «Contacto com a Cultura Local».

Nas atividades a realizar verificou-se que preferem realizar atividades desportivas ou de aventura em detrimento das atividades culturais.

⁸² Consulte-se o Anexo Estatístico.

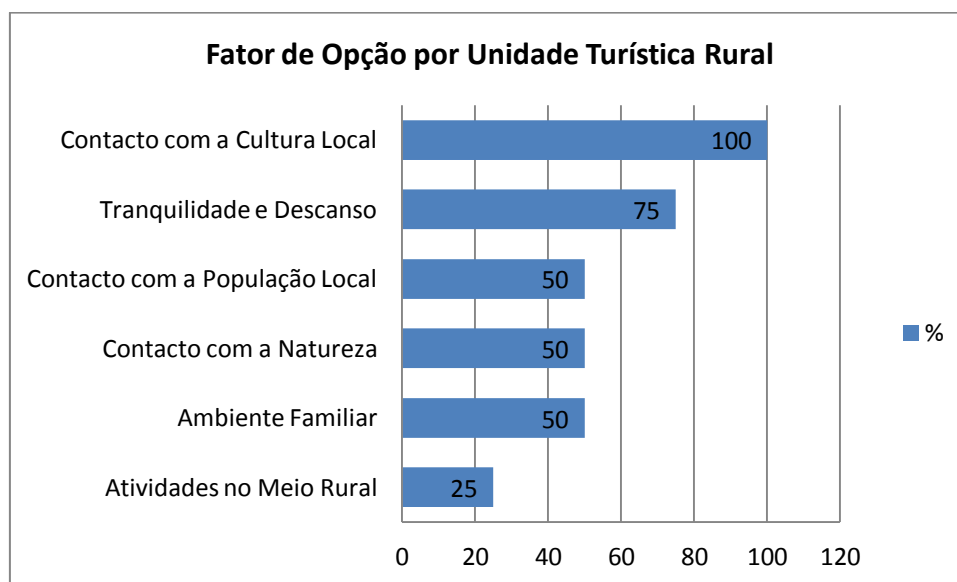
Principal Motivo de Viagem/Fator de Opção por Unidade Turística Rural

Gráfico 19 – Turismo (Principal Motivo de Viagem)



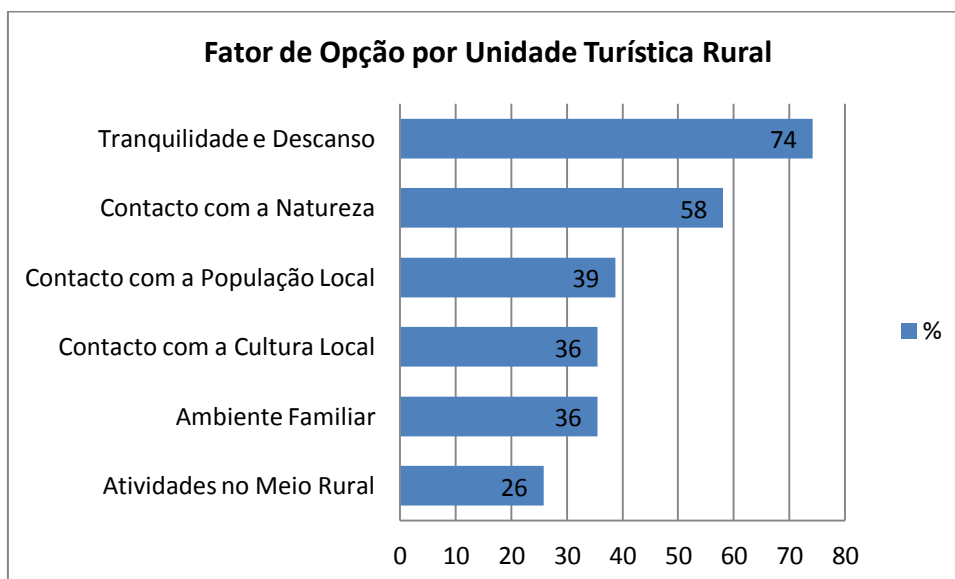
Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

Gráfico 20 – Interesse pela Cultura Tradicional (Principal Motivo de Viagem)



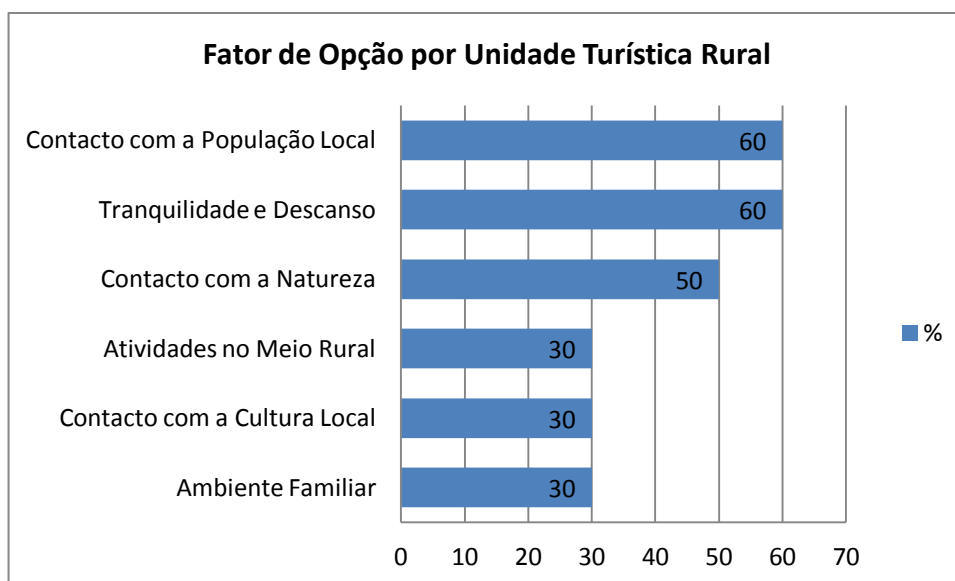
Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

Gráfico 21 – Interesse pela Natureza (Principal Motivo de Viagem)



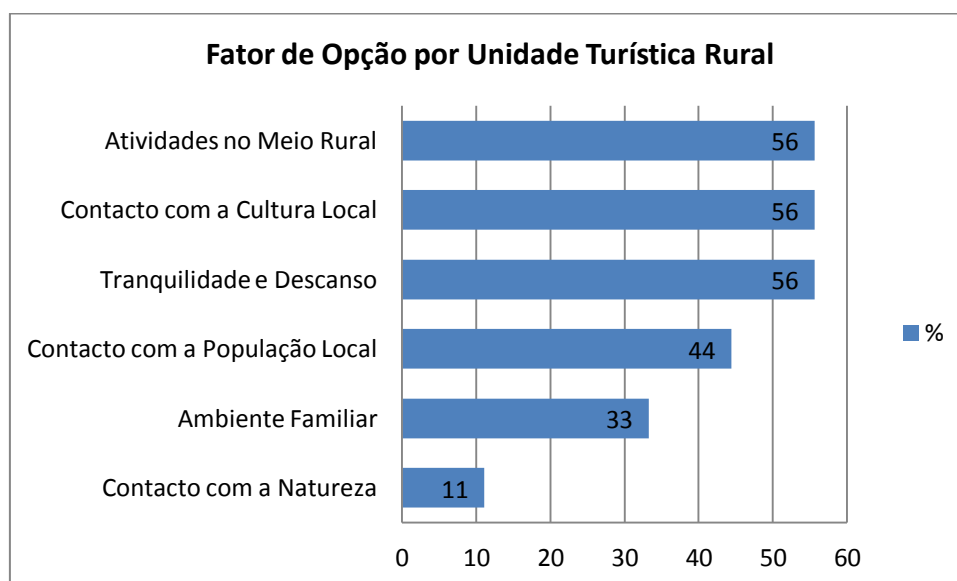
Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

Gráfico 22 – Interesse Gastronómico (Principal Motivo de Viagem)



Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

Gráfico 23 – Interesse pela Zona (Principal Motivo de Viagem)



Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

A análise do conjunto anterior de gráficos apontou para a «Tranquilidade e Descanso» como fator principal na escolha de uma unidade turística rural para a maioria dos visitantes à exceção dos que selecionaram como principal motivo de viagem o «Interesse pela Cultura Tradicional».

O «Contacto com a Natureza» é o segundo fator essencialmente para os visitantes cujo motivo principal de viagem foi «Turismo» e «Interesse pela Natureza».

O «Contacto com a Cultura Local» é mais marcante para aqueles que escolheram como motivos principais de viagem o «Interesse pela Cultura Tradicional» e o «Interesse pela Zona».

O «Ambiente Familiar» assume uma relativa ponderação em qualquer dos casos.

O «Contacto com a População Local» é muito relevante para os que assinalaram como motivo principal o «Interesse Gastronómico», assumindo um papel igualmente valioso para aqueles cujo motivo principal da visita foi «Interesse pela Cultura Tradicional» e «Interesse pela Natureza».

As «Atividades no Meio Rural» assumem uma grande importância para os visitantes cujo motivo principal foi «Interesse pela Zona».

Em resumo, o motivo principal de opção por uma Casa de Campo na Madeira é maioritariamente a «Tranquilidade e o Descanso», embora possa sofrer alterações de acordo com o motivo principal da visita. No entanto gostaríamos de realçar que mesmo

para os visitantes cujo principal motivo da visita foi o «Interesse pela Natureza», o principal motivo de opção pela Casa de Campo foi a «Tranquilidade e o Descanso».

Comparação com Outros Perfis

Na comparação do perfil do visitante das Casas de Campo da Madeira com outros estudos, já referidos no capítulo I da presente investigação, destacam-se algumas especificidades no perfil em estudo, com maior relevo para o grupo etário, para as motivações turísticas e para a duração da visita.

Alguns perfis apontavam uma faixa etária de «meia-idade» com algumas oscilações (Carqueja, 1998; Pinto, 2004; Silva, 2006; Melo, 2003; Lopes, 2005) ou uma idade média que rondava os 37 anos (Qualitool, 2010). No caso do visitante da Madeira, apesar do maior número de inquiridos situar-se na faixa etária dos 40-49 anos, a percentagem de inquiridos em outras faixas etárias apresentou valores muito próximos, pelo que conceituamos uma faixa etária mais alargada, entre os 30 e os 59 anos.

Quanto às motivações turísticas encontram-se algumas diferenças, provavelmente fundamentadas nos recursos turísticos existentes em cada região. Num estudo efetuado no Norte de Portugal continental, concluiu-se o seguinte:

«As principais razões que motivaram os turistas a optar pelo alojamento TER são, [...], os factores relacionados directamente com o alojamento e a maior proximidade às pessoas e aos meios rurais facultada por este tipo de alojamento. Assim, as especificidades do TER, nomeadamente, o atendimento personalizado e hospitaleiro prestado pelos proprietários das unidades, a possibilidade de passar férias numa casa portadora de um património histórico-cultural típico, o número reduzido de hóspedes por unidade, a possibilidade de conviver com as famílias receptoras são os principais factores directamente ligados ao alojamento que levam os turistas a eleger o TER».

(Carqueja, 1998: 92)

Num outro estudo, foi referida a importância das atitudes dos proprietários/representantes face às motivações dos visitantes:

«Ainda que as principais motivações dos turistas se relacionem com o usufruto do alojamento e infra-estruturas de lazer associadas, a visita a locais de interesse da Região é também um factor de procura. Interessante é constatar que esta motivação dos turistas se encontra directamente associada à postura dos proprietários dos Montes, pois aqueles que demonstram uma atitude mais

profissional, no sentido de gerirem a empresa de forma mais acompanhada e participativa, são os casos em que é referida esta apetência por parte dos turistas, muito em parte, estimulada pelos próprios empresários».

(Lourenço, 2005: 136)

Para o visitante da Madeira, «praticar turismo» foi o seu principal motivo de visita e o fator principal que o motivou a escolher uma unidade turística rural foi a «Tranquilidade e o Descanso» (64,6% de respostas), seguido por dois outros fatores, o «Contacto com a Natureza» (48,2% de respostas) e o «Contacto com a Cultura Local» (42,1% de respostas).

Nos estudos anteriormente mencionados⁸³, a «Tranquilidade e o Descanso»⁸⁴, não figurava nas motivações principais, estas eram compostas essencialmente pela descoberta do território, pelo contacto com a natureza através de férias ativas e pelo carácter rural da localidade.

Por outro lado, em estudos mais recentes (Mendes, 2010; Jesus, Kastenholz e Figueiredo, 2008) e no estudo de Luís Silva, encontram-se algumas semelhanças:

«[O] campo que atrai e encanta as classes médias citadinas, que constituem a procura do TER em Portugal, é uma espécie de “paraíso na Terra” composto por uma série de virtudes que se crê ausentes da actual vida urbana, como sejam a tranquilidade, a natureza, a tradição e a autenticidade».

(Silva, 2006: 306)

No entanto, gostaríamos de ressaltar que a variável «Tranquilidade e Descanso» em relação à Madeira pode estar relacionada com outras simbologias relacionadas com a insularidade das Ilhas. Segundo Eduardo Henriques as «Ilhas», ao longo dos tempos têm provocado um fascínio particular nos seus visitantes:

«O estar-se separado pelo mar define um inevitável limiar entre o “cá” e o “lá” que conduz a que a ilha seja vista finalmente como algo que está para “além da fronteira”, e que assim se declare como o lugar de alteridade por excelência, o “estrangeiro” absoluto, o sítio da concretização da própria ideia de um “além”. No passado isso explicou que as ilhas aparecessem ligadas ao universo do sagrado e do fantástico, do sonho e do desejo. [...] Nos tempos actuais, em que o

⁸³ Carqueja, 1998; Pinto, 2004; Silva, 2006; Melo, 2003; Lopes, 2005; Qualitool, 2010.

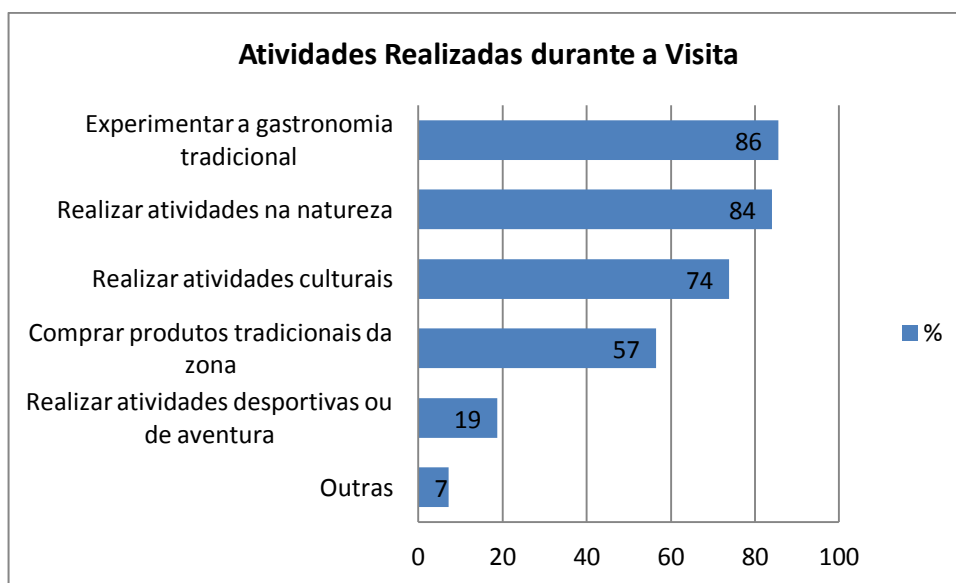
⁸⁴ À exceção do estudo de Filipa Lourenço (2005), o qual já apontava para uma análise ligeiramente diferente: «[...] predomina a ideia de que a procura dos turistas se centra no descanso e na tranquilidade proporcionada pela unidade de TER e/ou paisagem envolvente [...]» (Lourenço, 2005: 137).

consumo se tornou no grande instrumento e destinatário de toda a utopia, e em que se prefere a certeza de uma felicidade terrena ainda que fugaz à incerteza de uma felicidade celeste eterna, não se pode dizer que a ilha tenha perdido totalmente esse sentido edénico; ele apenas se dessacralizou e assumiu a forma de “idílio insular” tropical dos catálogos das agências de viagens [...]. Reforça-se assim essa outra componente da insularidade imaginada que é a ficção da ilha como lugar por excelência da “fuga do mundo”, último destino possível de um escapismo total ou radical, e que nesse sentido vem também coloca-la no âmago daquilo que é afinal o desejo turístico. [...] o isolamento ganha um encanto muito especial quando as ilhas são vistas pela lente do tempo de excepção que são as férias, onde então, sim, pode haver pleno cabimento para a melancolia e para a solidão dos lugares distantes e reservados, e onde tudo isso pode ser até muito atractivo. Outros motivos existem ainda para que as ilhas ocupem um lugar tão especial no imaginário colectivo moderno, e logo nas geografas mentais do turismo».

(Henriques, 2008b: 123-126)

Um outro fator de opção pelo turismo rural que se distinguiu, nos visitantes da Madeira, foi o «Contacto com a Cultura Local». Para os visitantes que seleccionaram esta opção a principal atividade que preferiram realizar na Madeira foi «Experimentar a Gastronomia Tradicional», de acordo com o gráfico seguinte:

Gráfico 24 – Contacto com a Cultura Local (Fator de Opção por Unidade Turística Rural)



Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos através do Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

A duração da visita, no caso da Madeira parece ser superior. Enquanto nos estudos focados anteriormente foi apontada uma duração média de visita de «3 dias», no

caso da Madeira a duração média oscilou entre as «4 e 7 noites». Esta opção poderá justificar-se pela insularidade da Madeira, com consequentes custos superiores de transporte- acessibilidade, motivando o visitante a prolongar o tempo de estadia. Por outro lado, como o visitante das Casas de Campo procura a Madeira com o intuito primordial de encontrar «Tranquilidade e Descanso», poderá preferir estadias mais prolongadas.

Comparação entre o Perfil do Visitante TER e dos Restantes Visitantes da Madeira

Apesar do perfil do turista que visita a Madeira, apresentado no capítulo I, datar de 2002 e apresentar variáveis diferentes, tentámos compará-los e verificar onde residiam as principais diferenças.

Uma das principais diferenças reside na faixa etária. A maioria dos visitantes TER, em princípio encontra-se numa faixa etária mais jovem, entre os 40-49 anos (34,1%), enquanto nos restantes visitantes, a maioria situa-se entre os 45-64 anos (44,8%). Quanto ao grau de instrução nota-se que o visitante TER possui maioritariamente formação de ensino superior (80,5%), em analogia com os restantes 46,9% de visitantes.

Nos mercados emissores, verifica-se alguma discrepância. Os cinco principais mercados estrangeiros do TER foram, por ordem decrescente de importância: França (36,4%), Alemanha (25,2%), Suíça (9,9%), Países Baixos (9,3%) e Reino Unido (8,6%). Os restantes visitantes são oriundos essencialmente e por ordem decrescente de importância dos seguintes países: Reino Unido (22,6%), Alemanha (18,5%), França (6,2), Suécia (4,7%) e Países Baixos (4,2%).

Constata-se assim que na esfera dos mercados emissores, tanto para o visitante TER como para os restantes visitantes da Madeira, dos cinco principais mercados, quatro são coincidentes (França, Alemanha, Países Baixos e Reino Unido), embora com níveis de procura diferentes. Na base desta coincidência pode estar a promoção turística que a Madeira tem efetuado nestes mercados, mesmo sendo dirigida essencialmente aos restantes visitantes, ao tornar o destino Madeira conhecido pode ter provocado o interesse por parte do Visitante TER em descobrir qual a oferta da Madeira neste segmento turístico, o que para este tipo de visitante não é difícil, uma vez que se trata de um forte utilizador da Internet na recolha de informação e organização das suas viagens (63,4%). Os restantes visitantes tomaram conhecimento da Madeira através de

Familiares/Amigos (43,2%), Agência de Viagens (37,8%), Brochura Publicitária (20,0%) e Internet (10,5%).

Na tomada de conhecimento da Madeira, a diferença parece ser abismal entre ambos os Visitantes, no entanto existe um constrangimento muito forte nesta comparação. O nosso estudo foi efetuado em 2012, o estudo sobre o perfil do turista efetuado pela DRT, data de 2002⁸⁵. O hiato é muito forte e em nossa opinião determinante, se tivermos em conta a evolução tecnológica que tem ocorrido nestas últimas décadas, pelo que o consideramos impeditivo de uma avaliação fiável da situação.

Quanto à duração de estadia, o Visitante TER permanece na maioria entre 4 a 7 noites, enquanto os restantes visitantes permanecem entre 7 a 14 noites.

O principal motivo da viagem é muito semelhante, os visitantes TER, escolheram a variável «Turismo», os restantes «Férias». A discrepância poderá residir entre a questão «Porque escolheu a Madeira?» nos restantes visitantes e a questão «Fator de opção pelo TER». Enquanto os primeiros selecionaram «Beleza/Paisagem» e o «Clima», os visitantes TER, escolheram «Tranquilidade e Descanso», «Contacto com a Natureza» «Contacto com a Cultura Local» e «Ambiente Familiar».

Nas variáveis relativas ao género, à situação perante o emprego, ao grau de satisfação global com a visita e à intenção de regressar ou recomendar a Madeira não se registam diferenças significativas.

Pelo exposto podemos concluir que as principais diferenças entre o Visitante TER e os restantes Visitantes da Madeira residem essencialmente na faixa etária, na duração e organização da visita e nas motivações turísticas.

A título de conclusão sobre as especificidades do Visitante TER na Madeira, os dados apresentados anteriormente assumem uma expressão relevante na determinação do perfil do visitante que procura as Casas de Campo na Madeira e conseqüentemente na relação do TER com o património natural e cultural da Ilha. Reconhecemos que a relação entre o TER e o património natural na Madeira é superior à do património cultural, apesar desta última estar a ser descurada na divulgação e comercialização da Oferta Turística do TER na Madeira.

⁸⁵ Lamentavelmente não têm sido efetuados outros estudos, mais recentes, sobre o perfil do turista que visita a Madeira.

2.4 SUSTENTABILIDADE E IMPACTOS AMBIENTAL, ECONÓMICO E SOCIOCULTURAL

Entre os dilemas e as pressões com que se defrontam os líderes governamentais sobre o impacto do Turismo na sociedade e na economia da RAM, conforme poderemos constatar no capítulo relativo às Iniciativas de Desenvolvimento, a questão da sustentabilidade ocupa uma posição central na política regional.

A questão da sustentabilidade é um tema antigo e que ao longo dos tempos se tem mantido e explorado, no entanto «*visible and collectible international action on sustainable development has been confined to the last part of the 20th century*» (WTO, 2003: 61).

Recuando no tempo, não podemos deixar de transcrever a resposta do Chefe de uma tribo de índios americanos ao presidente Pierce⁸⁶ quando tentava comprar as suas terras que atualmente constituem o Estado de Washington:

«How can you buy or sell the sky, the warmth of the land? The idea is strange to us. Yet we do not own the freshness of the air or the sparkle of the water... Every part of this earth is sacred to my people. Every shining pine needle, every sandy shore, every mist in the dark woods, every clearing and humming insect is holy in the memory and experience of my people...».

(WTO, 2003: 61)

Esta resposta, do séc. XIX, já espelha uma forte preocupação com o meio ambiente e com a ecologia. Efetivamente, as questões relativas ao ambiente e ao desenvolvimento rural foram desde início tarefas difíceis, apesar de promissoras. No quadro de referência atual a sustentabilidade é uma das principais preocupações das políticas de desenvolvimento económico e consequentemente das de desenvolvimento rural:

«Making tourism more sustainable is not just controlling and managing the potential negative socio-cultural, environmental and economic impacts of the industry. Tourism is in a very special position to benefit local communities, economically and socially, and to raise awareness and support for the conservation of the environment. Within the tourism sector, economic development and environmental protection should not be seen as opposing forces – they should be pursued hand in hand as aspirations that can and should be mutually reinforcing. Policies and actions must aim to strengthen the benefits and reduce the costs of tourism».

(WTO, 2007b: 12)

⁸⁶ Franklin Pierce foi 14º Presidente dos EUA, entre 1853 e 1857.

Em consequência, antes de analisarmos os impactos do turismo, torna-se particularmente relevante para o tópico deste estudo, reproduzir a definição de turismo sustentável, aceite pela OMT:

«Sustainable tourism development guidelines and management practices are applicable to all forms of tourism in all types of destinations, including mass tourism and the various niche tourism segments. Sustainability principles refer to the environmental, economic and socio-cultural aspects of tourism development, and a suitable balance must be established between these three dimensions to guarantee its long-term sustainability».

(WTO, 2004b: 17)

Nesta medida, temos pleno conhecimento que o turismo se repercute na economia dos países e das regiões onde se desenvolve, embora o seu impacto económico dependa do dinamismo dessa economia, sendo considerado internacionalmente *«the world's largest industry, the number one generator of jobs, one of the world's biggest exports, and a major stimulus for investment and growth»* (WTO, 1997: 17).

Muitos cenários têm sido desenvolvidos em relação ao desenvolvimento sustentável de diferentes territórios, entre os quais se tem fundamentado que nos recursos de cada território se encontram os alicerces da competitividade baseada na demarcação desses espaços:

«[T]erritório competitivo é aquele que, mediante combinações pertinentes de recursos, incluindo o conhecimento e a organização, adquire um estatuto de inimitabilidade face a outros territórios, durante um período suficiente longo para sustentar uma estratégia de desenvolvimento».

(Figueiredo, 2005: 485)

O sucesso ou o insucesso da redescoberta de novos motivos de atração territorial no espaço rural depende da sua capacidade de equacionar e implementar uma estratégia de desenvolvimento sustentável, no entanto não podemos esquecer que *«[s]ustainable development covers so many diverse aspects within its fold that any attempt to define it must risk the danger of either stating too much or too little»* (WTO, 2003: 63). Por outro lado, a valorização crescente do desenvolvimento rural resulta sobretudo das políticas públicas e da respetiva intervenção na região e nas zonas rurais de forma a fomentar a qualidade e a amenidade das paisagens rurais.

Segundo Maria do Rosário Partidário os espaços rurais são os ideais para o desenvolvimento de um turismo sustentável:

«Os espaços rurais caracterizam-se em geral por dispõem de um interessante capital de recursos naturais e culturais que oferecem múltiplas oportunidades de utilização. O facto de existir diversidade e multiplicidade de oportunidades define, à partida, condições propícias para um percurso de sustentabilidade [...]. Na Europa as estratégias e políticas territoriais, ambientais e de sustentabilidade recentemente adoptadas enfatizam os espaços rurais, o seu carácter único, a necessidade de os promover face ao seu papel como “armazém” de recursos e de diferentes oportunidades de desenvolvimento sustentável na União Europeia. [...] A última década tem visto a consolidação de um novo segmento de turistas na procura de um conceito de turismo diferente, associado à qualidade e à baixa densidade, à proximidade dos recursos naturais, à cultura intrínseca das comunidades e das regiões, às actividades próximas dos espaços naturais, factores predominantes em espaços rurais, sobretudo onde foi mantida alguma actividade rural tradicional, ou onde o abandono dos espaços abriu portas à evolução natural dos sistemas ecológicos».

(Partidário, 2003: 115-117)

Em relação ao desenvolvimento do turismo rural na Madeira e tendo em consideração a questão da sustentabilidade, julgamos que não interessa aumentar o número de empreendimentos, porque «quando se trata de desenvolvimento turístico, é preciso deixar claro um ponto crucial: nenhum destino, por mais bem infra-estruturado que seja, pode crescer indefinidamente» (Körössy, Cordeiro e Selva, 2008: 119), mas sim melhorá-lo, incrementando o desenvolvimento dos empreendimentos existentes, numa perspetiva de sustentabilidade.

Neste âmbito inquirimos os proprietários/ representantes das Casas de Campo sobre as certificações que o empreendimento detinha.

Quadro 50 – Certificações do Empreendimento

Tipo de Certificação	Casas	%
Certificação de Qualidade	0	0
Certificação Ambiental	0	0
Outras Certificações	1	6

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por Entrevista aos Proprietários/Representantes das Casas de Campo (2012).

Nenhuma das 16 casas possuía **certificação de qualidade ou ambiental**. Nas outras certificações, uma das casas (6%) informou-nos que a sua quinta tinha o certificado de «Agricultura Orgânica», concedido em 1998 pela *Ecocert*.

Sendo a promoção da qualificação ambiental da oferta turística da Madeira, uma linha de atuação estratégica fundamental da Secretaria Regional do Turismo (atual Secretaria Regional da Cultura, Turismo e Transportes) foi a criação de um **distintivo turístico de qualidade ambiental**⁸⁷, denominado «**Estabelecimento Amigo do Ambiente**», o qual é atribuído pela respetiva secretaria regional às empresas que cumpram os critérios de boas práticas ambientais, previstos na Portaria nº 6/2009, de 26 de janeiro⁸⁸:

«O distintivo turístico de qualidade ambiental “Estabelecimento Amigo do Ambiente” visa distinguir empresas regionais que exerçam actividades turísticas e implementem procedimentos de qualidade e eficiência ambiental, contribuindo para a qualificação, diferenciação e competitividade da oferta turística da Região Autónoma da Madeira».

(ponto 1, art.º 2º)

O distintivo materializa-se em três símbolos diferentes a utilizar pela empresa na sua atividade comercial, referidos por ordem decrescente de importância (ponto 2, art.º 2º):

Figura 28 – Amigo do Ambiente - EXCELÊNCIA



Fonte: Anexo II da Portaria nº 6/2009, de 26 de janeiro.

⁸⁷ Distintivo distinguido pela Organização Mundial de Turismo, em 2011, com o Prémio Ulysses, atribuído na categoria “Inovação na Governação” (UNWTO, 2011 UNWTO Ulysses Prize and Awards, Vilamoura, 02-VI-2011, <http://www2.unwto.org/event/unwto-ulysses-prize-and-awards-2011>).

⁸⁸ Portaria nº 6/2009, de 26 de Janeiro, Região Autónoma da Madeira (Jornal Oficial I Série – Número 9, de 26 de Janeiro de 2009).

Figura 29 – Aliado do Ambiente - OURO



Fonte: Anexo II da Portaria nº 6/2009, de 26 de janeiro.

Figura 30 – Atitude Ambiental - PRATA



Fonte: Anexo II da Portaria nº 6/2009, de 26 de janeiro.

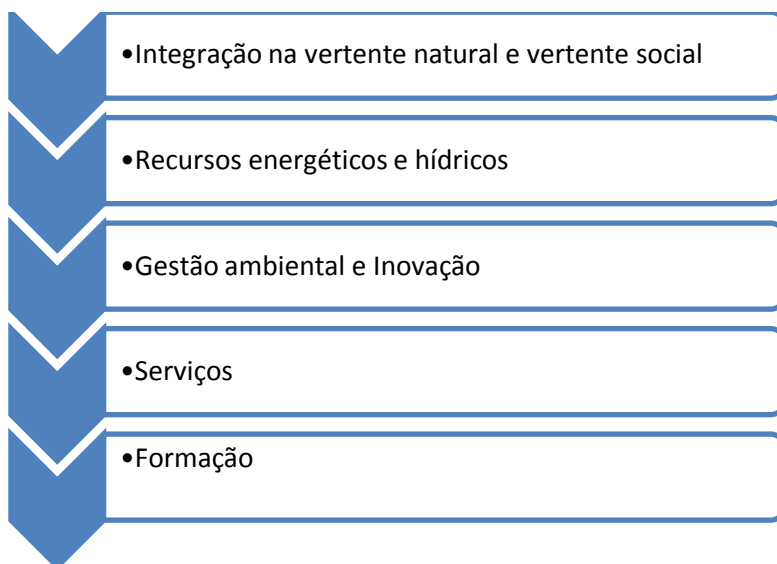
De acordo com o diploma legal anteriormente referido:

«Podem candidatar-se à distinção ora instituída os empreendimentos turísticos, as agências de viagens e turismo, as empresas de animação turística e os estabelecimentos de restauração e bebidas que exerçam a sua actividade na Região Autónoma da Madeira».

(art.º 3º)

Os empreendimentos que se candidatarem a esta distinção serão avaliados de acordo com os seguintes parâmetros:

Figura 31 – Parâmetros de Avaliação



Fonte: Elaboração Própria a partir da Portaria n.º 6/2009 de 26 de Janeiro (art.º 6º).

O distintivo será atribuído por despacho da Secretaria Regional da Cultura, Turismo e Transportes e terá uma validade de quatro anos, a qual será renovada após a apresentação de nova candidatura pela empresa (Portaria n.º 6/2009, art.º 9º e 11º).

De acordo com classificação atribuída a cada candidatura por uma «Comissão de Avaliação» constituída para o efeito, o empreendimento receberá o distintivo «Excelência» se obtiver uma classificação igual ou superior a 90%; «Ouro» se a classificação se situar entre maior ou igual a 60% e menor que 90% e «Prata», se a avaliação se encontrar entre maior ou igual a 50% e menor que 60% (Portaria n.º 20/2013, art.º 2º)⁸⁹.

Na listagem dos empreendimentos contemplados com o distintivo de qualidade ambiental «Estabelecimento Amigo do Ambiente» 2009/2012 constam os seguintes números:

⁸⁹ Portaria n.º 20/2013, de 14 de março, Região Autónoma da Madeira (Jornal Oficial I Série – Número35, de 14 de março de 2013).

Figura 32 - Empreendimentos Contemplados com o Distintivo de Qualidade Ambiental (2009/2012)



Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por SRCTT (2012), www.visitmadeira.pt.

As Casas de Campo que pertencem a esta listagem não se encontram incluídas na nossa «Amostra de Investigação», uma vez que não aceitaram colaborar no nosso estudo.

Apesar de ainda não estar publicada a nova listagem dos empreendimentos contemplados com o distintivo, no momento presente, numa notícia do Jornal da Madeira de 20 de dezembro de 2013, lê-se o seguinte:

«Na cerimónia de entrega de Diplomas que terá lugar esta tarde, pelas 17h00, no Salão Nobre do Governo Regional, serão entregues 21 novos certificados que, somados aos diplomas atribuídos desde 2009, faz com que, em apenas cinco anos, 63 Empreendimentos Turísticos já tenham sido abrangidos por este Distintivo Turístico de Qualidade Ambiental, dos quais 58 dizem respeito a Estabelecimentos Hoteleiros e, 5 a Empresas de Animação Turística».

(JM, 10-XII-2013: última página)

Segundo as palavras da Secretária Regional do Turismo, *«este Distintivo é um reconhecimento oficial às boas práticas ambientais implementadas pelos estabelecimentos e empresas privadas do sector turístico na Região, que visa ser,*

também, um incentivo à melhoria contínua da qualidade dos serviços prestados aos turistas que nos visitam» (JM, 10-XII-2013: última página).

Este distintivo turístico assume ainda uma superior relevância, em especial para as Casas de Campo, se considerarmos que de acordo com Susana Lima, a promoção da qualidade ambiental dos destinos turísticos está profundamente dependente do setor do alojamento, o qual detém uma responsabilidade acrescida no conjunto dos restantes elementos da oferta turística de uma região:

«Dos vários componentes que constituem a oferta turística, o sector do alojamento e a industria hoteleira, em particular, constituindo-se como um dos pilares de desenvolvimento da actividade turística, assume um papel preponderante na promoção da qualidade ambiental dos destinos turísticos, em sentido lato, e mesmo no contributo que pode dar para fazer mais facilmente passar a mensagem da importância da sustentabilidade para o público, comunidade locais e industria em geral».

(Lima, 2006: 46)

Na economia nacional portuguesa o **impacto económico do TER** verifica-se sobretudo na geração de riqueza e emprego, assim como no equilíbrio da balança de transações correntes. Segundo Maria Monteiro e Filipe Carvalho:

«O Turismo em Espaço rural, num conceito abrangente, surge assim, como uma oportunidade das populações, que habitam as zonas rurais, diversificarem as suas actividades económicas, criando o pluri-rendimento, capaz de assegurar o seu modo de vida e factores de atractividade para o turista, cada vez mais sensível à autenticidade e contacto personalizado com os ambientes rurais».

(2006: 55).

Efetivamente, no caso das localidades rurais, o turismo pode promover o desenvolvimento de ramos económicos esquecidos ou temporariamente desaparecidos, como a agricultura, a produção e comércio de produtos locais, entre outros. Para além da criação direta de emprego no turismo, o gasto dos turistas ajuda a manter os empregos já existentes nessas localidades, contribuindo assim para um significativo efeito multiplicador (WTO, 2004a: 14).

Segundo António Ferreira, o TER trouxe *«ventos de mudança para vastas áreas que as fazem acreditar em si próprias como a génese do seu desenvolvimento»* (2004: 476). O autor revela ainda que:

«Ressurgindo à custa de deseconomias e de instabilidades de vária ordem, que ocorrem em lugares distantes, as áreas rurais, onde o tempo é longo, a natureza intacta e a cultura fiel ao passado, revestem-se de novas notoriedades que são reconhecidas por estranhos que aí se instalam em propriedades de estatuto variado, mas com um traço comum; são populações urbanas, com elevado poder económico comparativamente com as rurais, ávidas de tranquilidade e de natureza, por vezes movidas pela moda e pela pretensão de se localizarem socialmente, que animam a economia e o tecido produtivo pelo consumo que efectuam e as pessoas com a sua presença».

(Ferreira, 2004: 476)

O turismo também pode causar efeitos negativos principalmente nas áreas económicas, socioculturais e ambientais. No caso do turismo rural na Madeira não encontramos efeitos negativos, para isso pode ter contribuído a procura relativamente reduzida registada por este tipo de turismo e consequentemente uma baixa intensidade de utilização dos recursos.

No que concerne a criação direta de postos de trabalho nas Casas de Campo, de acordo com o quadro seguinte, verifica-se que o número destes é diminuto.

Quadro 51 – Pessoal ao Serviço nas Casas de Campo da RAM (1998 – 2012)

Anos	Pessoal ao Serviço (Unidade: N.º)
1998	x
1999	x
2000	x
2001	x
2002	x
2003	x
2004	x
2005	x
2006	73
2007	68
2008	69
2009	68
2010	69
2011	67
2012 ^{Po}	69

X - Valor não disponível.

Po - Dados provisórios.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por DREM, Estatísticas do Turismo da RAM.

Existindo 35 Casas de Campo na RAM e com base nos dados do quadro anterior podemos estabelecer uma média de cerca de dois empregos (1,97) por cada «Casa de Campo». Tendo em consideração os dados recolhidos através das entrevistas aos proprietários/representantes das Casas de Campo, no âmbito da amostra do nosso estudo, os resultados foram os seguintes:

Quadro 52 – Pessoal ao Serviço nas Casas de Campo em Estudo (2012)

Tipologia dos assalariados	Casas (Nº)	Pessoal ao Serviço (Nº)	
		Tempo Integral	Tempo Parcial
Familiars (2 Pax)	7	7	7
Familiars (3 Pax)	1	1	2
Familiars (2 Pax) + 1 Assalariado	4	4	8
Familiars (1 Pax) + 1 Assalariado	1	1	1
Familiars (2 Pax) + 1 Assalariado T. Parcial	1	1	2
Familiars (1 Pax) + 1 Assalariado em T. Parcial	2	-	4
Total	16	14	24

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por Entrevista aos Proprietários/Representantes das Casas de Campo (2012).

A maioria das unidades turísticas (14) tem apenas um trabalhador a tempo integral, havendo algumas (2) que não possuem qualquer trabalhador nestas condições. Algumas casas informaram-nos que recorriam a trabalhadores sazonais (tarefeiros) de acordo com a necessidade. Normalmente, o assalariado que não é familiar dos proprietários, ou o trabalhador sazonal tem a seu cargo o desempenho de um leque diversificado de tarefas, entre as quais se destacam: serviços de receção, limpeza e manutenção dos quartos, serviços de pequenos-almoços, jardinagem, etc.

A maioria dos proprietários das Casas de Campo possui uma outra atividade profissional a par da desempenhada na gestão da unidade turística, sendo por isso, de relevar o crescimento de um complemento de pluriatividade ao nível dos proprietários que passaram a arrecadar diferentes fontes de rendimento.

Perante esta situação, pensamos que o turismo rural na Madeira não tem um forte impacto económico na dinamização do tecido empresarial, por via direta da criação de emprego, o que não se enquadra inteiramente com um dos princípios do turismo sustentável: «*Tourism development must provide quality employment for community residents. The provision of fulfilling jobs must be seen as an integral part of any tourism development at the local level*» (WTO, 2006: 89). No entanto, de forma indireta, existe esse enquadramento, por via do investimento realizado na criação ou restauração dos

empreendimentos turísticos, no desenvolvimento do comércio e de outros serviços na localidade é provável que promova a promoção de emprego e a fixação da população local em pequena escala face às baixas taxas de ocupação que exhibe e à falta de articulação com outros produtos turísticos no plano da cultura e da animação, conforme pudemos verificar pelas classificações concedidas pelos visitantes à unidade turística.

Sónia Relvas, no seu estudo sobre o TER no Nordeste Transmontano, apesar de concluir que *«os investimentos realizados em unidades de alojamento nas diversas modalidades de turismo em espaço rural ainda não transformaram a região num destino turístico, pelo que não constituem, por si só, um mecanismo de desenvolvimento económico e social da região»*, é de opinião que esses investimentos podem ser considerados *«impulsionadores de outros investimentos que interagem com o alojamento, como a restauração, a produção de agro-alimentares de natureza variada, o artesanato, os serviços de animação a turistas e até a própria agricultura e pecuária»* (Relvas, 2006: 127).

Luís Silva, na sua investigação em relação ao TER em Sortelha e Monsaraz, partilha de idêntica opinião:

«Os contributos mensuráveis do TER no combate ao abandono dos campos são residuais, o mesmo acontecendo com a sua capacidade de geração de emprego. Os aspectos positivos do desenvolvimento do sector não se encontram portanto na esfera económica, mas sim na esfera simbólica. As mais-valias do TER residem no facto de permitir recuperar patrimónios edificados e adaptar antigas instalações agrícolas, a fim de aumentar a capacidade de alojamento turístico em zonas rurais e de manter a habitabilidade dos espaços, impedindo o avanço do matagal, contribuindo para a manutenção dessa paisagem intermédia que fascina os cidadãos e que constitui um alicerce para a identidade nacional. Ao mesmo tempo, permite a obtenção de rendimentos suplementares aos seus proprietários e a permanência ou reinstalação nos campos de representantes da antiga nobreza da província. Por outro lado, possibilita de algum modo a diversificação das atividades económicas em zonas rurais e a pluriactividade de alguns dos seus habitantes».

(Silva, 2006: 311)

A nível sociocultural, na Ilha, este tipo de turismo tem incentivado a preservação e restauração de monumentos, edifícios e lugares históricos, assim como a revitalização dos costumes e tradições, artesanato e em especial da gastronomia. Este tipo de impacto é muito semelhante ao ocorrido em Portugal Continental:

«[N]o caso português, embora sempre a partir de subvenções estatais, uma das áreas onde o Turismo Rural teve um impacto positivo foi na recuperação/preservação de bolsas de património arquitectónico, cuja valorização pode ter importante papel na estruturação de políticas de desenvolvimento local e sobretudo no aumento da auto-estima das populações autóctones».

(Cravidão e Fernandes, 2004: 427)

De acordo com a Organização Mundial de Turismo, salientam-se os seguintes impactos positivos:

- «Cultural revitalization encouraged by the interest of tourists in tangible and intangible heritage elements and practices that may have been abandoned by local communities;
- Enhanced community pride;
- Increased capacity in decision-making especially when sustainable tourism governance models are employed».

(WTO, 2006: 11)

Nas entrevistas realizadas aos proprietários/representantes das Casas de Campo, foram colocadas algumas questões sobre este assunto. Quando questionámos se a população local reagia bem a este tipo de turismo e aos visitantes, todos os proprietários foram unânimes em afirmar que a reacção da população local era muito positiva. Na questão relativa ao impacto deste tipo de turismo na região, 15 proprietários/representantes (93,7%) afirmaram que o impacto era muito favorável quer pelo dinamismo que provocava na economia regional, quer pela revitalização dos costumes tradicionais madeirenses. Apenas um representante (6,3%) comentou que o impacto era «*pouco expressivo, são poucos visitantes*». Pelo exposto, pensamos que o turismo em espaço rural na Madeira, nesta vertente, cumpre com um dos outros princípios do turismo sustentável: «*Community Goals: Harmony is required between the needs of a visitor, the place and the community. This is facilitated by broad community support with a proper balance between economic, social, cultural, and human objectives*» (WTO, 2006: 89).

Uma outra forma de reconfirmar o impacto sociocultural positivo deste tipo de turismo fundamentou-se na análise dos resultados dos questionários lançados aos visitantes, em especial o grau de satisfação global da visita, com uma média de classificações na ordem dos 7,89 pontos e uma moda de 8 pontos (cf. Quadro 47).

Em certa medida, Fernando Casqueira anuncia alguns efeitos positivos de carácter sociocultural, quer para os habitantes, quer para os próprios turistas:

«[A] ideia de um turismo rural como instância de superação, tanto mais e na medida em que nos parece poder gerar efeitos positivos não só na óptica dos habitantes, das comunidades mas também nos recursos socio-culturais e até nos turistas. Com efeito, para estes, o turismo rural consente uma percepção autêntica da cultura local, um fomento de cooperação, de entendimento e até amizade com a população residente, para além da recuperação das energias físicas e psíquicas e o desenvolvimento da personalidade. Quanto aos habitantes, esta estratégia permite uma tomada de consciência da própria cultura para além de constituir um estímulo ao desenvolvimento e factor de mudança social».

(Casqueira, 1992: 214)

Ainda nesta esteira, importa referir que de acordo com o quadro seguinte, conseguimos apurar que para a maioria dos visitantes (67,7%) a qualidade da experiência turística foi considerada excelente (classificações na ordem dos 8, 9 e 10), indo de encontro às suas expectativas.

Quadro 53 – Grau de Satisfação Global da Visita (Detalhe)

Grau de Satisfação Global da Visita		N	%	% Válidas
Válidos	1	0	0,0%	0,0%
	2	1	0,6%	0,6%
	3	0	0,0%	0,0%
	4	2	1,2%	1,2%
	5	5	3,0%	3,0%
	6	13	7,9%	7,9%
	7	32	19,5%	19,5%
	8	59	36,0%	36,0%
	9	35	21,3%	21,3%
	10	17	10,4%	10,4%
	Total	164	100,0%	100,0%
Sem Resposta		0	0,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

Na vertente da preservação do património natural e cultural, na revitalização dos costumes e tradições e na interação com a população local, as classificações dos visitantes foram demonstrativas do impacto positivo deste tipo de turismo na Madeira,

reconfirmando que «*um dos aspectos transversais a todo este processo de atracção e encantamento pelo campo, no caso dos hóspedes do turismo em espaço rural, tem a ver com a autenticidade. Tanto os turistas estrangeiros como os nacionais opinam que os meios rurais são espaços impregnados de formas de ser e de estar próprias de um determinado espaço físico e social, i. e., genuínos*» (Silva, 2009: 133), conforme se poderá verificar pela análise do quadro seguinte:

Quadro 54 – Grau de Satisfação Global do Visitante – Localidade (Detalhe)

Grau de Satisfação do Visitante - aspetos da localidade	N		Média*	Moda**
	Válidos	Sem Resposta		
Autenticidade da Paisagem	162	2	8,40	8
Conservação da Arquitetura Tradicional	159	5	7,42	8
Costumes e Tradições	134	30	6,71	8
Gastronomia Regional	154	10	7,77	8
Hospitalidade da População Local	162	2	8,32	8

N= Frequência

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos por Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

Apesar de em algumas variáveis a média das classificações ter sido considerada satisfatória (valores na ordem dos 6 e 7 pontos), a moda foi 8, que é considerada uma classificação excelente, dentro da escala apresentada ao visitante.

No que concerne a variável «Costumes e Tradições», considerando a oferta que existe na Madeira, conforme será demonstrado no capítulo seguinte, pensamos que a classificação atribuída esteve muito dependente da falta de informação/animação oferecida pelas Casas de Campo e pela promoção do destino Madeira em geral. Na realidade um dos desafios do desenvolvimento do turismo cultural nas comunidades locais é «*the need to develop promotion campaigns that ensure that visitors have an accurate view/perception of a community before they visit*» (WTO, 2006: 17).

Ainda sobre a temática da preservação do património, o turismo rural na Madeira teve um impacto positivo forte na recuperação de inúmeros imóveis degradados, muitos deles funcionando atualmente como Casas de Campo.

Segundo Cravidão e Fernandes «*o Turismo em Espaço Rural não pode constituir mais do que um complemento, um elo de uma rede de pluri-actividades, necessariamente com escasso impacto no território, sob pena de desvirtuar o espírito de inovação/conservação que esta actividade representa*» (Cravidão e Fernandes, 2004: 427). Esta opinião refere-se a Portugal Continental, no caso da Madeira a situação pode

ser ligeiramente diferente, apesar de ser necessariamente um nicho de mercado no turismo da RAM, se bem explorado, gerido e divulgado poderá, no futuro, provocar impactos verdadeiramente positivos na Ilha.

No capítulo da sustentabilidade e face às oportunidades existentes, tendo por base a entrevista efetuada aos proprietários/ representantes das Casas de Campo, podemos concluir que os empreendimentos constantes na nossa amostra de investigação ainda têm um longo caminho a percorrer.

2.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O retrato do produto turístico TER na Madeira desenhado neste capítulo pretendeu ilustrar o quadro de desenvolvimento deste segmento turístico na Ilha, com especial ênfase para a modalidade das Casas de Campo nesta ilha e delinear o Perfil do Visitante que procura o turismo em espaço rural e se aloja nestes empreendimentos turísticos.

E por reconhecermos a importância da segmentação do mercado turístico em meio rural, neste capítulo, analisámos sobretudo uma parte do produto turístico TER na Ilha, com incidência para o estudo da oferta turística relacionada com os empreendimentos e da procura turística das Casas de Campo na Madeira: os mercados emissores, as taxas de ocupação-cama; o perfil do visitante, a sustentabilidade e os impactos ambiental, económico e sociocultural deste tipo de turismo na Ilha.

Na vertente relativa à sustentabilidade e impactos ambiental, económico e sociocultural deste tipo de turismo na Ilha, verificou-se que devido ao número de visitantes das Casas de Campo ser ainda pouco expressivo na Madeira, os impactos podem não ser ainda muito visíveis, no entanto julgamos poder afirmar que a sua contribuição tem sido valiosa, em particular na vertente da recuperação e preservação do património; na interatividade com a população local e na sustentabilidade das economias rurais, principalmente através da dinamização de outras atividades económicas (serviços, animação, comércio, restauração, venda de produtos locais, etc.).

Com base nas entrevistas efetuadas aos proprietários/representantes das Casas de Campo e nos inquéritos lançados aos visitantes enunciámos alguns pontos positivos e outros que merecem ser melhorados. A outra parte do produto turístico TER será apresentada no próximo capítulo, onde decomporemos a oferta turística arrolada com o património natural e cultural da Ilha, realçando-a com a opinião dos proprietários/representantes das Casas de Campo, dos visitantes e de outras entidades.

CAPÍTULO III

O PATRIMÓNIO DA ILHA DA MADEIRA COMO RECURSO TURÍSTICO

3.1 A CLASSIFICAÇÃO DOS RECURSOS TURÍSTICOS

O conceito de oferta turística advém da própria definição de turismo. Sendo o turismo uma atividade socioeconómica relativamente recente têm surgido um conjunto de diferentes definições, não existindo ainda uma definição absoluta de turismo, apesar de na globalidade todas contribuírem para uma melhor perceção do seu sentido e estudo (OMT, 1998: 43).

Na maioria das definições está implícita uma viagem e as atividades realizadas pelos turistas durante a visita. Para que essas atividades sejam viáveis é fundamental a existência de recursos que as potenciem e que se enquadrem nas motivações turísticas dos visitantes, a denominada «Oferta Turística» de um determinado destino.

Segundo Licínio Cunha, a oferta turística pode ser definida em sentido lato como:

«[O] conjunto de todas as facilidades, bens e serviços adquiridos ou utilizados pelos visitantes bem como todos aqueles que foram criados com o fim de satisfazer as suas necessidades e postos à sua disposição e ainda os elementos naturais ou culturais que concorrem para a sua deslocação».

(2007: 175)

Na ilha da Madeira os recursos turísticos, de acordo com a anterior definição, isto é, os *«elementos naturais ou culturais que concorrem para a deslocação»* do visitante, consubstanciam-se no património natural e cultural da Ilha, os quais irão exercer e fortalecer o fundamental poder de atração que origina as correntes turísticas. Ainda segundo o mesmo autor *«a capacidade de atração de cada localidade depende dos recursos existentes»* (Cunha, 2008: 23).

Segundo Susana Silva, o mundo rural propicia um novo uso do património:

«[É] no mundo rural que a actividade ganha expressão, que adquire um novo dinamismo na sequência da valorização dos elementos, da paisagem e do património rural, cultura e tradição, por esta sociedade pós-moderna sedenta de novas experiências, mais personalizadas e participativas».

(Silva, 2008: 166)

A autora advoga ainda que o património é um recurso turístico, por excelência, a explorar no desenvolvimento sustentável do espaço rural:

«Os territórios apresentam-se como excelentes laboratórios de análise, assim como os recursos de que dispõem, elementos estratégicos neste novo contexto desenvolvimentista sustentável e sustentado», “endógeno”, integrado e partilhado. Com o património e os valores patrimoniais uma nova relação se estabelece, tendo vindo a se identificado como um recurso turístico a explorar na promoção de um desenvolvimento local sustentável, revelando-se uma actividade táctica e prioritária na integração dos planos estratégicos».

(Silva: 2008: 166)

Na realidade, um assunto debatido com grande calor é o conceito de recurso turístico. Lopez Olivares considera *«recurso turístico a todo elemento material que tiene capacidad por sí mismo o en combinación con otros de atraer visitantes a un determinado espacio; y cuando esa visita responda a motivos estrictamente de turismo, ocio y recreación»* (López Olivares, 1996 apud Hortelano Mínguez, 2006: 107). De acordo com esta definição, recurso turístico inclui apenas os atrativos do património natural e cultural, ficando excluídos os empreendimentos turísticos e as condições climatológicas de uma região (Hortelano Mínguez, 2006: 107).

Ainda neste contexto, a OMT diferencia *«património turístico»* de *«recurso turístico»*. Sendo o primeiro *«el conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse, mediante un proceso de transformación, para satisfacer sus necesidades turísticas»* (OMT, 1998: 185-186). Segundo esta definição o património turístico tornar-se-á em *«recurso turístico»* unicamente após uma intervenção humana objetivada nesse sentido, pelo que se compreende que o conceito da OMT para *«recurso turístico»*, seja o seguinte: *«todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda»* (1998: 186).

Por outro lado, a Organização Mundial de Turismo considera que os *«Tourism resources belong to the common heritage of mankind»* (WTO, 2004b: v), e apresenta uma recomendação sobre o que deve ser classificado como *«natural and cultural sites»*:

«Such sites should not be regarded as only those with major environmental or heritage status, such as World Heritage listing or major national recognition. The term applies to all forms of sites that are important natural and cultural attractions, and by extension, to

all tourism destinations with a “special interest” that need to be protected. This description differentiates them from sites or places that are attractive to tourists primarily for their conventional recreational potential, such as beaches or skiing resorts».

(WTO, 2004b: 3)

Com base nestes conceitos e tendo em consideração os objetivos da presente investigação justifica-se a identificação dos recursos turísticos já classificados na ilha da Madeira, isto é os recursos que já sofreram uma intervenção humana e como tal já se transformaram em património turístico utilizável (Cerro, 1993 apud Cunha, 2008: 25). Por outro lado, as Nações Unidas, através de diferentes organizações «*have long emphasized the importance of being able to use a country’s natural and cultural heritage through tourism in its path to economic and social development*» (WTO, 2006: 5), pelo que através da apresentação destes recursos turísticos será possível ao leitor constatar que o património da Madeira detém potencialidades turísticas que se adequam à procura turística dos visitantes das Casas de Campo e que podem contribuir para o desenvolvimento deste setor turístico. E para atenuar a tenacidade do debate ainda vivo sobre esta questão, leia-se a seguinte asserção:

«Estas modalidades de turismo, relativamente recentes, despertam um número crescente de adeptos, porque se alimentam, em grande parte, da nostalgia que invade as nossas sociedades contemporâneas face a ambientes e modos de vida que sentimos cada vez mais raros e distantes, perante a expansão avassaladora do mundo urbano e industrial, crescentemente uniformizado, da massificação dos consumos, da rapidez das mudanças e da aceleração dos ritmos de vida. É a mesma nostalgia do passado, ou do que sentimos fugir ao nosso quotidiano, que nos leva a valorizar o património e a história, as tradições e o que reconhecemos como diferente, autêntico e genuíno. É, no fundo, o instinto de sobrevivência que nos impele a fazer durar, com uma nova função, o que cai ou tende a cair, irreversivelmente, em desuso, valorizando o que nos confere identidade e memória, resistindo pela via do património ao que não se consegue resistir pela lei do mercado e pela inevitável mudança dos hábitos de vida».

(Cardoso, 2009: 77)

Para a identificação dos recursos patrimoniais recorreremos à apresentação dos mesmos seguindo um modelo que criámos com base em dois métodos de classificação de recursos turísticos, o da Organização dos Estados Americanos (OEA), apresentado no anexo VI e a metodologia seguida em Portugal (DGT, 1991), apresentado no anexo VII.

O modelo que elaborámos e que apresentamos seguidamente, não pretendeu ilustrar um inventário exaustivo dos recursos inseridos no património natural e cultural da Madeira, mas apenas realçar os recursos que já se encontram classificados através de diplomas europeus, nacionais e regionais. Para além destes, foram incluídos recursos que não se encontram classificados através de diplomas legais, mas que já sofreram a intervenção humana de acordo com o conceito acima referenciado, nomeadamente: atividades culturais e tradicionais, museus, gastronomia e vinhos e ainda o artesanato.

Quadro 55 – Classificação dos Recursos Turísticos Inseridos no Património Natural e Cultural da Ilha da Madeira

CATEGORIAS	TIPOS	SUBTIPOS
Património Natural	Parque Natural da Madeira	Floresta Laurissilva
		Reservas Naturais Integrais
		Reservas Parciais
		Paisagens Protegidas
		Reservas de Recreio e de Montanha
		Zona de Repouso e Silêncio
		Zona de Caça
		Zonas de Pastoreio
	Parque Natural das Ilhas Selvagens	Bancos de areia
		Lodaçais
		Enseadas e Baías
		Falésias com flora endémica
		Avifauna
	Reserva Natural parcial do Garajau	Riqueza biológica a nível dos fundos marinhos
	Reserva Natural das ilhas Desertas	Enseadas
		Falésias
		Grutas
		Habitats e espécies relevantes (fauna e flora)
	Reserva Natural do Sítio da Rocha do Navio	Falésias
		Grutas Marinhas
Flora Endémica		
Percursos Pedonais Recomendados para Contemplação da Natureza	28 Percursos Pedonais Recomendados na Ilha da Madeira	
Património Cultural	Imóveis Classificados por Concelho (MN, IP, IM, VCR)	Arquitetura Religiosa
		Arquitetura Civil
		Arquitetura Militar

		Conjuntos
Atividades Culturais e Tradicionais por Concelho		Festas Religiosas e Arraiais Madeirenses
		Feiras
		Mostras
		Encontros
		Cortejos
		Outros
Museus		Museus
		Casas- Museu
		Centros de Arte
		Núcleos Museológicos
Gastronomia e Vinhos		Sopas, pratos de peixe e carne, acompanhamentos, pão, doces, saladas e Bebidas
		Vinho Madeira
Artesanato		Bordado Madeira
		Tapeçaria
		Barrete de Vilão
		Artefactos em Obra de Vime
		Artefactos em Palha de Bananeira
		Instrumentos Musicais
		Botas de Vilão

Fonte: Elaboração Própria a partir dos modelos da Organização dos Estados Americanos (OEA) e (DGT, 1991).

Tendo em consideração a transversalidade de alguns recursos nos concelhos da Madeira, optámos por caracterizar o património natural numa perspetiva global em relação à Ilha, assim como alguns recursos do património cultural: museus, gastronomia, vinhos e artesanato. No que concerne os imóveis classificados e as atividades culturais e tradicionais, inseridas no património cultural, optámos por caracterizá-las por concelho da ilha da Madeira.

3.2 PATRIMÓNIO NATURAL

O património natural do arquipélago da Madeira graças ao seu evidente interesse científico e económico pela rica biodiversidade indígena e endémica que ainda possui é um dos recursos turísticos de maior importância na Ilha.

A Natureza, principalmente a existente em áreas protegidas, «é essencialmente entendida e estruturada como um espaço de conhecimento e de descoberta [...] de aventura, ao qual está associado um determinado grau de risco» (Santo, 2009: 83), pelo que é procurada por visitantes com perfis muito distintos, existindo autores que consideram impossível a tipificação dos utentes deste espaço:

«Sabedor ou ignorante, criança ou velho, saudável ou diminuído, todos somos possuidores de várias características que nos impelem de pertencer a um só grupo. Não é “a priori” possível definir que público-tipo poderá ter interesse em percorrer os espaços naturais do país. É, no entanto, possível definir para o espaço natural metas e características que o qualifiquem para receber a totalidade do público que tenha interesse em o conhecer, percorrendo-o».

(Santo, 2009: 84)

Num outro estudo, elaborado em 2006 sobre «Motivos da visita a Áreas Protegidas», em que foram selecionadas como áreas de estudo dois parques de Portugal, o de Sintra e o do Gerês, a análise dos referidos dados sugeriu diferenças significativas nas motivações dos visitantes dos dois parques, pelo que os autores concluíram o seguinte:

«[A]s motivações que levam as pessoas a visitar áreas protegidas não são homogéneas, isto é, os motivos que levam as pessoas a visitar uma área protegida podem ser diferentes dos motivos que levam as pessoas a visitar outra área protegida. Esta realidade leva-nos a sugerir que se identifiquem as principais atrações de cada área protegida e as motivações que cada área tem capacidade de satisfazer. É com base na especificidade de cada área em termos de atrações turísticas e nas motivações que cada área tem capacidade de satisfazer, que deve ser criada a política de desenvolvimento turístico e de promoção para essa área».

(Carneiro, Costa e Crompton, 2006: 122)

A ilha da Madeira é por excelência um espaço único que potencia evidentes oportunidades de contacto com a Natureza. De origem vulcânica, a ilha emergiu na época Miocénica Superior, há menos de 5,6 milhões de anos atrás (Borges, 2008: 16).

O clima é muito temperado graças ao anticiclone dos Açores que determina a ocorrência de bom tempo no verão e até no inverno, com temperaturas ambiente-médias que oscilam entre os 21°C no verão e os 16°C no inverno. Por outro lado, a corrente do Golfo influencia a temperatura da água do mar, cujas médias variam entre 22°C no verão e 17°C no inverno (Neves *et al*, 1996: 19-20).

O povoamento e colonização do arquipélago colocaram em risco a existência de alguns endemismos, quer pela sua destruição, quer pela introdução de outras espécies vegetais:

«O fogo foi o primeiro dos meios utilizados [...] e veio assim abrir as clareiras propícias e indispensáveis ao arroteamento dos terrenos e a instalação humana. [...] Aliada à ocorrência destes fogos, a exploração de madeiras que logo se iniciou, contribuiu decididamente para uma rápida e descontrolada supressão da floresta primitiva. [...] Passado um século da descoberta e povoamento da Ilha, a vertente sul apresentava já grandes manchas desarborizadas que preocupavam os governantes, a tal ponto que em Janeiro de 1515, uma disposição régia ordenava a plantação de castanheiros e pinheiros, oriundos do continente, nas terras mais adequadas, proibindo em simultâneo o corte de árvores sem licença das Câmaras, e proibindo também o abate de árvores em lugares onde houvesse fontes ou águas correntes».

(Neves e Valente, 1992: 10-14)

Por consequência, nos últimos 30 anos, o Governo Regional da Madeira tem vindo a adotar medidas no sentido de conservar o precioso património natural do arquipélago, tendo criado para o efeito um conjunto de áreas protegidas: o Parque Natural da Madeira⁹⁰, as Reservas Naturais das Ilhas Desertas⁹¹ e das Ilhas Selvagens⁹². Mais recentemente a Rede Natura 2000⁹³ e o desenvolvimento de diferentes projetos dirigidos à proteção, conservação e recuperação de espécies e habitats ameaçados, entre

⁹⁰ O Parque Natural da Madeira foi criado através do Decreto Regional nº 14/82/M, de 10 de novembro, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Regional (Diário da República I Série – Número 260, de 10 de Novembro de 1982).

⁹¹ A Reserva Natural das Ilhas Desertas foi criada através do Decreto Legislativo Regional nº 9/95/M, de 20 de Maio, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Regional (Diário da República Série I-A – Número 117, de 20 de Maio de 1995).

⁹² A Reserva Natural das Ilhas Selvagens foi criada através do Decreto Regional nº 15/78/M, de 10 de Março, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Regional (Diário da República I Série – Número 58, de 10 de Março de 1978).

⁹³ A Rede Natura 2000 «é uma rede ecológica para o espaço Comunitário da União Europeia resultante da aplicação das Directivas nº 79/409/CEE (Directiva Aves) e nº 92/43/CEE (Directiva Habitats) e tem por objectivo contribuir para assegurar a biodiversidade através da conservação dos habitats naturais e da fauna e flora selvagens no território europeu dos Estados-membros em que o Tratado é aplicável» (AAVV, 2006: 2). As Diretivas Aves e Habitats aplicam-se ao território nacional através do Decreto-Lei nº 140/99, de 24 de abril, republicado pelo Decreto-Lei nº 49/2005, de 24 de fevereiro, Ministério do Ambiente e do Ordenamento do Território (Diário da República Série I – A – Número 39, de 24 de Fevereiro de 2005).

eles, o projeto LIFE⁹⁴ do Pombo Trocaz e o Projeto LIFE de Recuperação dos Habitats Terrestres da Deserta Grande e da Selvagem Grande, são exemplos da política Regional, Nacional, Comunitária e Global que têm sido desenvolvidos na RAM.

O reconhecimento dos esforços desencadeados está bem patente no círculo internacional, quer pela incorporação da floresta indígena da Madeira na rede de Reservas Biogenéticas do Conselho da Europa, constituindo Zona de Proteção Especial-ZPE, no âmbito da Diretiva Aves, em 1992, posteriormente em 1999, através da declaração da Laurissilva Madeirense, como Património Mundial Natural pela UNESCO; quer pela atribuição, em 1992, do Diploma Europeu do Conselho da Europa para Áreas Protegidas à Reserva Natural das Ilhas Selvagens (AAVV, 2004: 12).

Na realidade, estima-se que existam cerca de 1419 espécies e subespécies endémicas terrestres nos arquipélagos da Madeira e Selvagens. O Reino Animal é o grupo mais diverso em taxa endémicos, com 210 moluscos e 79 artrópodes, correspondendo a cerca de 84% dos endemismos destas ilhas. (Borges, 2008: 21). Segundo Borges, «*as características da fauna e da flora da Madeira estão entre os exemplos utilizados por Darwin na sua obra “On the Origin of Species”*» (2008: 21-23). Ainda segundo a mesma fonte, a ilha da Madeira destaca-se em número de taxa nos arquipélagos atlânticos dos Açores, Madeira, Selvagens, Canárias e Cabo Verde, apenas ultrapassada pela ilha de Tenerife. Sendo a ilha de Tenerife muito maior que a ilha da Madeira, é reforçada a ideia de que a «*Madeira é claramente um “hotspot” de biodiversidade*» (Borges, 2008: 17).

A criação do Parque Natural da Madeira e das Reservas Naturais das Selvagens e das Desertas, assim como a legislação internacional, nacional e regional têm permitido uma maior proteção dos habitats e das espécies endémicas e ameaçadas⁹⁵.

⁹⁴ A União Europeia possui um instrumento específico de apoio à conservação da natureza comunitária: o fundo LIFE-Natureza, cujas prioridades, para além da criação da Rede Natura 2000, incluem a integração da proteção da natureza noutras políticas comunitárias, como a agrícola e a de transportes. (Faria, 2006: 17-19).

⁹⁵ Uma vez que para um grande número de espécies, o estabelecimento de um sistema de áreas protegidas não era o ideal, a comunidade europeia elaborou uma estratégia comunitária – Estratégia da Comunidade Europeia em Matéria de Diversidade Biológica. Esta estratégia visou através da identificação de falhas e da melhoria da política comunitária de conservação e da integração da biodiversidade nas diversas políticas comunitárias (como na agrícola, na das pescas e na do turismo) e nos planos e programas setoriais e intersectoriais de cada Estado Membro, assegurar o cumprimento da Convenção sobre a Diversidade Biológica. Esta convenção, a nível nacional foi ratificada por Portugal em 1994. Em 2001, Portugal adotou a “Estratégia Nacional de Conservação da Natureza e da Biodiversidade” através da Resolução do Conselho de Ministros n.º 152/2001 (Resolução do Conselho de Ministros n.º 152/2001, de 11 de Outubro, Presidência do Conselho de Ministros - Diário da República Série I-B- Número 236, de 11 de Outubro de 2001).

Na atualidade o património natural do Arquipélago apresenta áreas classificadas, nas esferas regional e europeia:

Quadro 56 – Património Natural da RAM

CLASSIFICAÇÃO REGIONAL	
ÁREA	TIPO DE CLASSIFICAÇÃO
Parque Natural da Madeira	Inclui áreas com diferentes tipos de proteção
Reserva Natural Parcial do Garajau	Reserva marinha
Reserva Natural da Rocha do Navio	Reserva marinha
Rede de Áreas Marinhas Protegidas do Porto Santo	Área Protegida (inclui a Área Classificada de ZEC)
Reserva Natural das Ilhas Desertas	Reserva Natural (sobrepõe a área classificada de ZEC e ZPE)
Reserva Natural das Ilhas Selvagens	Reserva Natural (sobrepõe a área classificada de ZEC e ZPE)
CLASSIFICAÇÃO DA REDE NATURA 2000 (EUROPEU)	
ÁREA	TIPO DE CLASSIFICAÇÃO
Maçico Montanhoso Central	Área Classificada de ZEC e ZPE apenas a zona ocidental, totalmente incluída no PNM
Laurissilva	Área Classificada de ZEC e ZPE, maioritariamente incluída no PNM
Ponta de S. Lourenço	Área Classificada de ZEC, parcialmente incluída no PNM
Ilhéu da Viúva	Área Classificada de ZEC, sobrepõe à Reserva Natural da Rocha do Navio
Achadas da Cruz	Área Classificada de ZEC
Moledos	Área Classificada de ZEC
Pináculo	Área Classificada de ZEC
Pico Branco (Porto Santo)	Área Classificada de ZEC
Ilhéus do Porto Santo	Área Classificada de ZEC, incluída na Rede de Áreas Marinhas Protegidas do Porto Santo
Ilhas Desertas	Área Classificada de ZEC e ZPE, sobrepõe à Reserva Natural das Ilhas Desertas
Ilhas Selvagens	Área Classificada de ZEC e ZPE, sobrepõe à Reserva Natural das Ilhas Selvagens

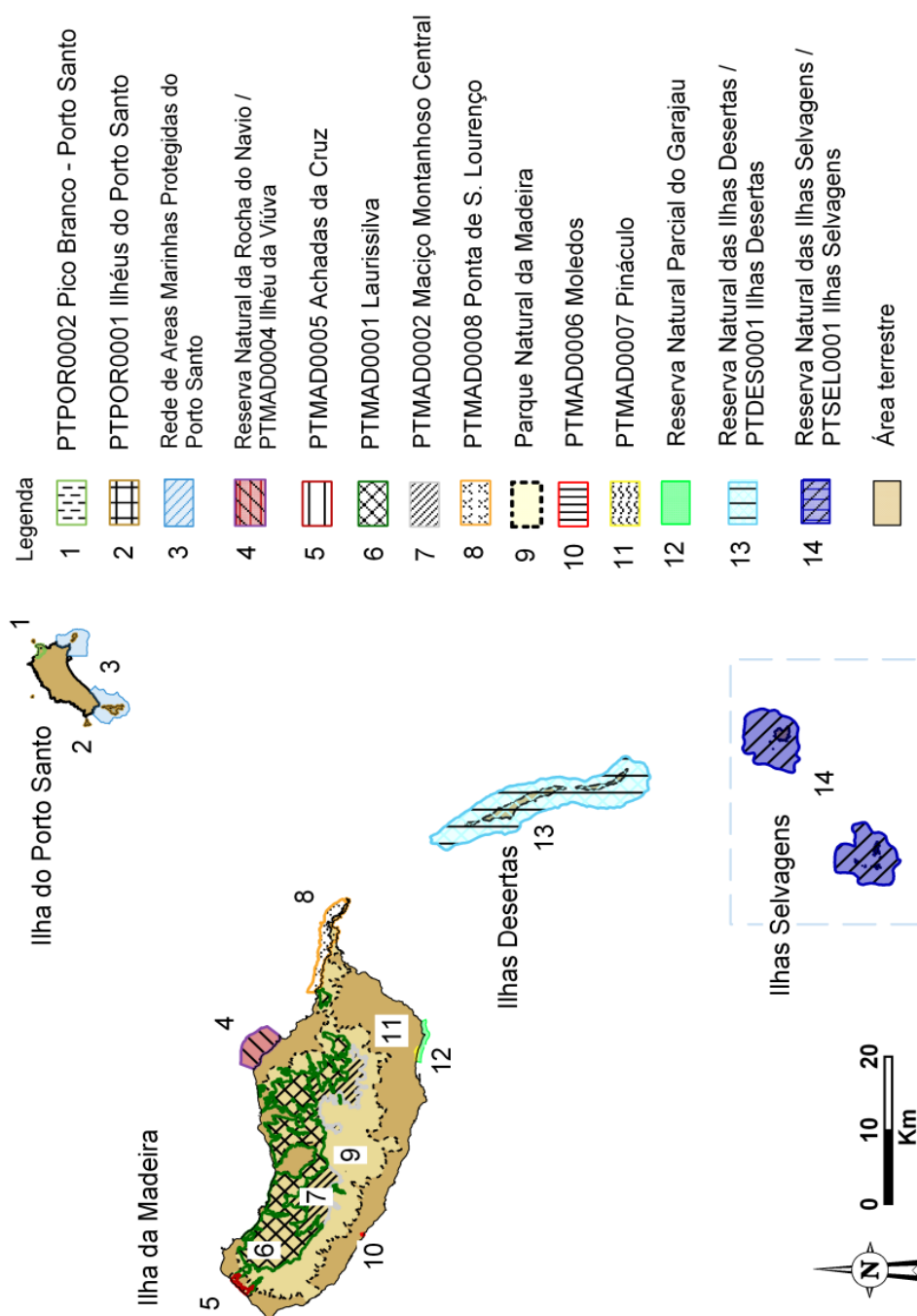
ZEC: Zona Especial de Conservação.

ZPE: Zona de Proteção Especial.

PNM: Parque Natural da Madeira.

Fonte: <http://www.pnm.pt> [06-III-2012].

Figura 33 – Património Natural – Áreas Classificadas da RAM



Fonte: <http://www.pnm.pt> [06-III-2012].

Para uma melhor compreensão, por parte do leitor, apresentámos seguidamente uma descrição sumária das principais áreas regionais classificadas, na ilha da Madeira.

3.2.1 PARQUE NATURAL DA MADEIRA

As primeiras ideias sobre a criação de um parque para a preservação da natureza na Ilha da Madeira, datam de meados do século XX. Na década de 70 efetuaram-se os levantamentos e estudos que deram origem à criação, a 10 de novembro de 1982, do Parque Natural da Madeira (PNM), através do Decreto Regional nº 14/82/M⁹⁶.

Os principais objetivos visaram a defesa da natureza, a manutenção do equilíbrio ecológico, a salvaguarda dos altos valores científicos, a defesa da paisagem e do habitat rural, promovendo a preservação de algumas áreas humanizadas, com respeito pelas bases biofísicas e ecológicas do ambiente e pelas tradições culturais das populações (Decreto Regional nº 14/82/M).

A área protegida do PNM:

«[A]brange 56.700 ha, ou seja, aproximadamente dois terços da área da Ilha e inclui, obviamente, espaços com características muito diversas. Por isso, aquando da sua delimitação, estabeleceram-se zonas com diferentes classificações, de acordo com os valores em causa e o estatuto de protecção desejado».

(Neves e Valente, 1992: 59)

O Parque Natural da Madeira encerra o equivalente a 67% da superfície da Madeira e apesar de incluir todos os concelhos da Madeira, a sua maior expressão ocorre no centro e na costa norte da Ilha (Oliveira e Menezes, 2004: 18). Podemos quase que afirmar que a Ilha da Madeira na sua totalidade é PNM, excluindo os centros urbanos, onde reside a maioria da população madeirense. Os concelhos que apresentam uma maior área de parque natural são a Calheta e o Porto Moniz, enquanto Funchal e Santa Cruz são os de menor expressividade⁹⁷.

Desde 2011, toda a área de Parque Natural da Madeira no concelho de Santana é Reserva Mundial da Biosfera⁹⁸:

«Reserva de biosfera de Santana Madeira (Portugal). Se trata de la primera reserva situada en el archipiélago. Aunque se han desarrollado varias actividades turísticas, la agricultura sigue dominando la vida de las comunidades que habitan el sitio. La reserva contiene una flora y fauna

⁹⁶ Decreto Regional nº 14/82/M, de 10 de novembro, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Regional (Diário da República I Série – Número 260, de 10 de Novembro de 1982).

⁹⁷ Consulte-se a página Web do Parque Natural da Madeira: <http://www.pnm.pt/>.

⁹⁸ A candidatura foi apresentada a 28 de maio de 2010 e em maio de 2011, o concelho de Santana foi classificado como «Reserva Mundial da Biosfera» pela UNESCO (Diário de Notícias de 27-VI-2011).

muy ricas con un índice elevado de especies endémicas. Con sus ecosistemas marinos y costeros, su vegetación de altitud y sus bosques de laural, la Reserva es representativa de las principales unidades biológicas presentes en la isla. El archipiélago de Madeira forma parte de la Macaronésia, conjunto del que forman parte también las islas Canarias (España) y las Azores (Portugal), que cuentan ya con varias reservas de biosfera insulares.»

([Http://www.unesco.org/new/es/natural-sciences](http://www.unesco.org/new/es/natural-sciences), 2011)

Na página Web dedicada a «Santana – Reserva da Biosfera», lemos o seguinte:

«O concelho de Santana, na Madeira, viu reconhecido mundialmente a riqueza do seu património a 29 de junho de 2011 aquando da sua classificação pela UNESCO através do programa MAB que visa promover o desenvolvimento sustentável.

A Reserva da Biosfera corresponde à totalidade da área emersa do concelho de Santana e inclui a área marinha adjacente até à batimétrica dos 200 m.

A população total residente na área da Reserva da Biosfera é de 7.719 habitantes, dos quais 99% vive na zona de transição, 1% na zona tampão e 0% nas zonas núcleo.»

(Caracterização da Reserva da Biosfera Santana, <http://santanamadeirabiosfera.com>)

A flora indígena madeirense é reconhecida internacionalmente, quer pela sua riqueza, quer pela sua diversidade, sendo considerada uma relíquia do Terciário por possuir espécies originárias das floras primitivas do norte de África e do sul da Europa que se extinguiram devido às alterações climáticas⁹⁹ e que presentemente persistem na Macaronésia, com maior destaque nos arquipélagos atlânticos da Madeira, dos Açores e das Canárias, «*sendo actualmente a mais extensa e a mais bem conservada dos arquipélagos que constituem a Macaronésia, o que por conseguinte implica dizer que a Madeira possui a melhor e mais extensa mancha de floresta Laurissilva do Mundo*» (Neves e Valente, 1992: 15-16). Os grupos de plantas que se destacam na flora indígena da Madeira são os endemismos da Macaronésia e as plantas mediterrâneas:

*«A Laurissilva dá abrigo a numerosos endemismos a nível dos estratos arbustivo e herbáceo, sendo também importante realçar a grande diversidade e desenvolvimento que as comunidades de líquenes e de briófitas, principalmente as epífitas, apresentam. No domínio da fauna, vamos encontrar, sobretudo, uma grande diversidade a nível de invertebrados, com a presença de inúmeros moluscos e insectos endémicos. Especial destaque merece a avifauna, de entre a qual o endémico pombo trocaz (*Columba trocaz Heineken*) é sem dúvida, a ave emblemática da Laurissilva.»*

(Neves et al, 1996: 15)

⁹⁹ As últimas glaciações na Europa e o início do processo de desertificação no Saara.

A Laurissilva madeirense, principal ecossistema terrestre autóctone, estende-se por uma superfície de 15.000 hectares, ocupando cerca de 20% do total da Madeira e localiza-se essencialmente na costa norte da Ilha, entre os 300 e os 1.300 m de altitude, na zona de condensação dos nevoeiros. Na costa sul, devido à intervenção humana, encontra-se em áreas mais restritas entre os 700 e os 1.200 m de altitude (Pinto e Teixeira, 2004, 6).

A Floresta Laurissilva caracteriza-se pela sua aparência verdejante, invariável ao longo do ano, mercê das espécies de arbustos e árvores que a compõem, maioritariamente de folha perene. Entre as diferentes árvores destacam-se as de grande porte, maioritariamente pertencentes à família das Lauráceas: o Til (*Ocotea foetens*), o Vinhático (*Persea indica*), o Loureiro (*Laurus azorica*) e o Barbusano (*Apollonias barbujana*), (Pinto e Teixeira, 2004, 6).

No que concerne o estrato arbóreo, no conjunto da Floresta Laurissilva da Madeira, algumas espécies assumem maior relevância:

«O **loureiro** surge como a árvore com **maior densidade**, enquanto o **til**, em virtude do grande porte que pode atingir, surge como a árvore **dominante** e com **maior importância**. [...] O **til** e o **loureiro**, em conjunto com o **folhado**¹⁰⁰ e a **faia**¹⁰¹, assumem o estatuto de **bastante abundantes** ao longo da floresta madeirense. A um nível mais baixo, mas ainda **abundantes**, surgem o **vinhático**, o **seisseiro**¹⁰² e o **barbusano**. [...] **Pouco abundantes** serão então, o **pau branco**¹⁰³, o **perado**¹⁰⁴, o **aderno**¹⁰⁵ e o **sanguinho**¹⁰⁶. A espécie que assume o estatuto de **rara** é o **mocano da serra**¹⁰⁷. [...] Quanto ao **teixo**¹⁰⁸ e ao **cedro da Madeira**¹⁰⁹, ambas espécies **muito raras** no conjunto do património botânico madeirense, vemos que a primeira ocorre nas zonas limítrofes de altitude da

¹⁰⁰ O Folhado (*Clethra arborea*) é um endemismo madeirense, comum na Laurissilva, podendo atingir 8 m de altura (Neves e Valente, 1992: 31).

¹⁰¹ A Faia (*Myrica faya*) é uma árvore que pode atingir entre os 2-5 m de altura e encontra-se na ilha da Madeira entre os 0 e os 1.000 m de altitude. É uma espécie indígena da Madeira, Açores, Canárias e Portugal continental (Franquinho e Costa, 1986: 243).

¹⁰² O Seisseiro, Seixeiro ou Seixo (*Salix canariensis*), é uma espécie endémica da Madeira e Canárias, podendo atingir 10 m de altura (Pinto e Teixeira, 2004: 43).

¹⁰³ O Pau Branco (*Picconia excelsa*), é uma espécie endémica da Madeira e Canárias, podendo atingir 15 m de altura (Pinto e Teixeira, 2004: 45).

¹⁰⁴ O Perado (*Ilex perado*), subespécie endémica da Madeira, pode atingir até 5 m de altura (Pinto e Teixeira, 2004: 34).

¹⁰⁵ O Aderno (*Heberdenia excelsa*), é uma espécie endémica da Madeira e Canárias, podendo atingir 20 m de altura (Pinto e Teixeira, 2004: 26).

¹⁰⁶ O Sanguinho (*Rhamnus glandulosa*), é uma espécie endémica da Madeira e Canárias, podendo atingir 10 m de altura (Pinto e Teixeira, 2004: 31).

¹⁰⁷ O Mocano da serra (*Pittosporum coriaceum*) é uma espécie endémica da ilha da Madeira. Enfrenta um risco elevado de extinção, pode atingir até 8 m de altura (Faria, 2006: 69).

¹⁰⁸ O Teixo (*Taxus baccata*) pode ser encontrado nas zonas de alta montanha (Neves e Valente, 1992: 57).

¹⁰⁹ O Cedro-da-Madeira (*Juniperus cedrus* subsp. *maderensis*), subespécie endémica da Madeira, vive essencialmente em escarpas rochosas do maciço montanhoso central da Madeira e pode atingir até 20 m de altura (Faria, 2006: 48).

floresta Laurissilva, enquanto a segunda é uma espécie já claramente das zonas de maior altitude da Ilha».

(Neves *et al*, 1996: 177)

Conforme já referimos no ponto anterior, em 1999, a Floresta Laurissilva da Madeira foi declarada Património Mundial Natural pela UNESCO. Ao lermos a descrição sumária da Laurissilva, elaborada pela UNESCO, conseguimos compreender a profundidade desse reconhecimento:

«The Laurissilva of Madeira, within the Parque Natural da Madeira (Madeira Natural Park) conserves the largest surviving area of primary laurel forest or "laurissilva", a vegetation type that is now confined to the Azores, Madeira and the Canary Islands. These forests display a wealth of ecological niches, intact ecosystem processes, and play a predominant role in maintaining the hydrological balance on the Island of Madeira. The property has great importance for biodiversity conservation with at least 76 vascular plant species endemic to Madeira occurring in the property, together with a high number of endemic invertebrates and two endemic birds including the emblematic Madeiran Laurel Pigeon.»

(<http://whc.unesco.org>)

Por outro lado, desde os primórdios da colonização da Madeira, os caudais proporcionados pela «floresta produtora de água» foram fundamentais para a economia da Ilha. No Século XX, mais precisamente desde a segunda metade do século, as águas, transportadas pelas extensas «levadas» que percorrem a Ilha, tornaram-se essenciais na produção de energia nas centrais hidroelétricas, pelo que o papel desta floresta é fundamental:

«[N]o equilíbrio biofísico da Ilha. Sendo o principal responsável pela captação, retenção e infiltração da água proveniente da precipitação e dos nevoeiros, permite o seu aproveitamento para consumo humano directo, regas agrícolas e de espaços verdes e produção de energia eléctrica. Este abastecimento é conseguido com o recurso às "levadas" – canais ou aquedutos estreitos e muito extenso, construídos pelo homem, quase sempre a céu aberto e escavados na rocha que recolhem a água das nascentes e ribeiras do Norte, onde é "produzida", e a transportam para o Sul, onde é "consumida". A nível dos solos, a floresta é um elemento de protecção eficaz, garantindo a sua estabilidade e evitando os processos erosivos que, atendendo aos elevados declives presentes, conduziriam à eliminação da camada superficial do solo agrícola e à sua deposição nos primeiros andares do litoral marinho, como acontece na encosta Sul da Ilha».

(Neves *et al*, 1996: 17)

Um outro aspeto igualmente relevante da Laurissilva é a avifauna, a qual oferece uma elevada taxa de endemismos embora com um diminuto número de espécies. Nas zonas mais interiores da floresta encontram-se cerca de sete espécies de aves. Destas destacam-se apenas duas espécies endémicas no ecossistema: o simbólico pombo-trocaz (*Columba trocaz*)¹¹⁰ e o Bis-Bis¹¹¹ (*Regulus madeirensis*). O primeiro é considerado um dos exemplares mais antigos da avifauna Macaronésica (Oliveira e Menezes, 2004:66), que habita e nidifica na Floresta Laurissilva:

«O pombo trocaz é um pombo corpulento com patas vermelhas carmim e com os dedos das patas bastante compridos. Apresenta um bico vermelho e possui uma barra clara na cauda. As penas do pescoço, com tonalidade verde metálico, reflectem um brilho vivo. [...] possui uma importância fundamental na disseminação de várias espécies vegetais madeirenses, pois ingere os frutos inteiros e expele posteriormente as sementes nos seus dejectos, as quais germinarão, contribuindo assim para renovação e expansão do coberto vegetal».

(Faria, 2006: 30)

O Bis-Bis é uma ave bastante vulgar, considerada de «interesse especial» que vive na Floresta Laurissilva, onde caça insetos:

*«Esta espécie distribui-se pela Europa Central e pela Península Ibérica. No Arquipélago da Madeira está representada pela subespécie endémica *Regulus ignicapillus madeirensis* existente na ilha da Madeira e no Porto Santo. É uma ave de reduzidas dimensões com cerca de 8,5 cm de comprimento. [...] É uma ave bastante vulgar que dá sinal da sua presença pelo chamamento característico, que consiste numa nota aguda e curta, que repete bastante alto».*

(Faria, 2006: 37)

Tendo em conta as diferentes medidas de defesa e conservação, o Parque Natural da Madeira, para além da Floresta Laurissilva, inclui zonas com diferentes estatutos de proteção, de acordo com a seguinte classificação:

¹¹⁰ Esta espécie era caçada legalmente até 1989, ano em que foi determinada a sua proteção integral. Atualmente encontra-se protegida no âmbito da Rede Natura 2000, pela Diretiva Aves e pela Convenção de Berna. Face à sua importância na renovação e expansão do coberto vegetal, «foi considerado espécie-alvo em dois importantes projectos LIFE: “Medidas para a Gestão e Conservação da Floresta Laurissilva da Madeira” e “Recuperação de Espécies e Habitats Prioritários da Madeira”, desenvolvidos pelo Serviço do Parque Natural da Madeira» (Faria, 2006: 30-31).

¹¹¹ Atualmente encontra-se protegida no âmbito da Rede Natura 2000 e pela Convenção de Berna (Faria, 2006: 37).

Quadro 57 – Parque Natural da Madeira

ZONAS COM DIFERENTES ESTATUTOS DE PROTEÇÃO	
<p>Reservas Naturais Integrais (Zonas destinadas à proteção absoluta de todos os elementos naturais)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Reserva Natural Integral do Lombo Barbinhas</i> • <i>Reserva natural Integral do Montado dos Pessegueiros</i> • <i>Reserva Natural Integral do Pico Casado</i> • <i>Reserva Natural Integral do Caldeirão Verde</i> • <i>Reserva natural Integral da Ribeira Seca</i> • <i>Reserva Natural Integral do Ilhéu do Desembarcadouro</i>
<p>Reservas Parciais (Zonas de proteção especial sobre determinados elementos naturais)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Reserva Parcial Florestal dos Baldios dos concelhos do Porto Moniz, São Vicente e Santana</i> • <i>Reserva Parcial da Ponta de São Lourenço</i> • <i>Reserva Parcial das Rabaças</i>
<p>Paisagem Protegida (Zonas rurais onde subsistem hábitos e culturas das populações e onde se pretende que sejam prosseguidas atividades tradicionais que contribuam para a promoção social, cultural e económica dessas populações)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Paisagem Protegida do Chão da Ribeira (Seixal)</i> • <i>Paisagem Protegida da Achada do Marques e Ilha (São Jorge)</i> • <i>Paisagem Protegida do Curral das Freiras</i> • <i>Paisagem Protegida das Fontes (Ribeira Brava)</i> • <i>Paisagem Protegida da Serra de Água</i> • <i>Paisagem do Paul do Mar</i>
<p>Reserva de Recreio e Montanha (Zonas preparadas para receber visitantes e permitir o recreio ao ar livre)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Reserva de Recreio das Aduelas (Curral Falso)</i> • <i>Reserva de Recreio do Caramujo e Bica da Cana</i> • <i>Reserva de Recreio do Chão dos Louros, Pico das Pedras e Cova da Roda</i> • <i>Reserva de Recreio da Prainha</i> • <i>Reservas de Recreio do Ribeiro Frio e Montado do pereiro e Barreiro</i>
<p>Zona de Repouso e Silêncio (Áreas de recreio condicionado e destinadas a recreio silencioso e ao repouso)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Zona de Repouso e Silêncio do Fanal</i> • <i>Zona de Repouso e Silêncio do Rabaçal</i> • <i>Zona de Repouso e Silêncio do Pico Ruivo</i> • <i>Zona de Repouso e Silêncio das Queimadas</i>
<p>Zona de Caça (Zonas onde é possível o exercício cinegético)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Toda a área do Parque Natural, exceto reservas integrais, repouso e silêncio e nas parciais de acordo com regulamento próprio</i>
<p>Zonas de Pastoreio (Áreas onde é possível haver pastoreio, embora condicionado a um ordenamento silvo-pastoril)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Baldios das Serras do Poiso até 1400 m</i> • <i>Zona do Curral Falso (Ribeira da Janela)</i> • <i>Zona da Terra Chã (Seixal)</i> • <i>Lombada das Vacas (São Vicente)</i> • <i>Zona do Cascalho (S. Jorge)</i> • <i>Zona do Pico do Eixo e Cova da Roda</i>

Fonte: Elaboração Própria a partir do Decreto Regional nº 14/82/M de 10 de novembro.

3.2.2 RESERVA NATURAL INTEGRAL DAS ILHAS SELVAGENS

As Selvagens são compostas por três ilhas, Selvagem Grande, Selvagem Pequena, Ilhéu de Fora e outros ilhéus adjacentes. Esta Reserva Natural Integral localiza-se a sudeste da ilha da Madeira:

«O Arquipélago das Selvagens, constituído por três ilhas - Selvagem Grande, Selvagem Pequena e Ilhéu de Fora, é o território português mais a sul, situado no Atlântico Norte entre os 30.º 01' 35" Norte e os 30.º 09' 10" Norte e os 15.º 52' 15" Oeste e 16.º 03' 15" Oeste. Os arquipélagos mais próximos são a Madeira e as Canárias a aproximadamente 163 e 82 milhas respectivamente. A sua altitude vai até aos 163 m e a sua profundidade até aos 200 m. Integra a Região Biogeográfica da Macaronésia.»¹¹²

Em 1971, as Ilhas Selvagens passaram a constituir reserva, tendo sido a primeira reserva, legalmente protegida em Portugal, pelos seguintes motivos:

«[D]ado não só o seu interesse ornitológico constituído pelas aves marinhas, de que se salientam a colónia das pardelas de bico branco, como ainda o interesse que poderá vir a ter o estudo mais profundo da vegetação rasteira e das espécies marítimas animais e vegetais que abundam nas suas águas adjacentes, apresentam um interesse científico excepcional. A estes motivos juntam-se outros de não menos interesse no campo da investigação oceanográfica, como sejam os relacionados com a produtividade primária, ciclos evolutivos dos peixes, cadeias alimentares, estudos de oceanografia médica, tanto no campo da microbiologia aplicada, como, entre outros aspectos, no das acções resultantes da poluição marítima [...] se torna necessário e urgente a criação de uma reserva com os fins de protecção, culturais e científicos, e que possibilite ao mesmo tempo a preservação das riquezas naturais e a exploração ordenada do turismo, especialmente no que se refere à criação de parques submarinos, para os quais a região tem real aptidão»¹¹³.

Pelos motivos anteriormente expostos, foi constituída como reserva «*toda a área das ilhas Selvagens e também a orla marítima que as rodeia até à batimétrica dos 200 m*» (art.º 1º).

No mesmo diploma legal, entre outras especificações, ficou definido que seria «*permitida a passagem inofensiva da navegação entre as diversas parcelas da reserva,*

¹¹² Resolução nº 1292/2009, de 2 de Outubro, Presidência do Governo Regional, Região Autónoma da Madeira (Jornal Oficial I série - Número 100 - Suplemento, de 2 de Outubro de 2009).

¹¹³ Decreto nº 458/71, de 29 de Outubro, Ministérios da Marinha e da Economia (Diário da República I Série – Número 225, de 29 de Outubro de 1971).

por fora das batimétricas dos 200 m, mas que a essa navegação é interdita qualquer acção de pesca, de prospecção ou exploração submarinas e ainda do lançamento de detritos no mar» (ponto 2, art.º 3º).

Em 1978 foram classificadas como Reserva Natural, «definida pelo território das ilhas e pelos fundos marinhos até a batimétrica dos 1.000 m»¹¹⁴. Em 1981, tendo em consideração que «os fundos marinhos das ilhas Selvagens são tão profundos que não se justifica o limite batimétrico estabelecido no nº 2 do artigo 1º do Decreto Regional nº 15/78/M, de 10 de Março; [...]. Que nas ilhas Selvagens não existe qualquer espécie marinha a preservar [...]. A reserva natural é definida pelo território das ilhas Selvagens e pelos fundos marinhos até à batimétrica de 200 m»¹¹⁵.

Em 1992 foi distinguida com o Diploma Europeu do Conselho da Europa para as Áreas Protegidas (AAVV, 2004: 87), em 2001 passou a integrar a Rede Natura 2000, como Zona de Proteção Especial (ZPE) e Zona Especial de Conservação (ZEC), por apresentar *habitats* e espécies relevantes para a conservação *in situ* da biodiversidade, a nível mundial (AAVV, 2006: 10-12).

Entre os habitats existentes nesta Reserva Natural, alguns devido à sua relevante importância foram considerados de interesse comunitário¹¹⁶:

- Bancos de areia permanentemente cobertos por água do mar pouco profunda;
- Lodaçais e areias a descoberto na maré baixa;
- Enseadas e baías pouco profundas;
- Falésias com flora endémica das costas macaronésias;
- Formações baixas de euforbiáceas junto a falésias (AAVV, 2004: 47).

Esta Reserva destaca-se por ser considerada um «santuário de nidificação de aves marinhas»:

«As Ilhas Selvagens são um paraíso de nidificação para as aves marinhas. Entre meados da Primavera e final do Verão, ao entardecer, o regresso das aves a terra é um espectáculo impressionante que a Natureza nos proporciona; elas são aos milhares e emitem sons intensos que

¹¹⁴ Decreto Regional nº 15/78/M, de 10 de Março, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Regional (Diário da República I Série – Número 58, de 10 de Março de 1978).

¹¹⁵ Decreto Regional nº 11/81/M, de 15 de Maio, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Regional (Diário da República I Série – Número 111, de 15 de Maio de 1981).

¹¹⁶ As Ilhas Selvagens estão classificadas como Sítio de Importância Comunitária (SIC) - PTSEL0001 - integrando a Rede Ecológica Europeia denominada Natura 2000 (Resolução do Conselho de Governo n.º 1408/2000, de 19 de Setembro, Presidência do Governo Regional, Região Autónoma da Madeira, Jornal Oficial I série - Número 85, de 19 de Setembro de 2000).

se projectam e perpetuam até à alvorada. As plantas estão perfeitamente adaptadas às condições edafoclimáticas, muitas delas constituindo endemismos e relíquias. Nas rochas, por toda a parte, os líquenes proliferam expandindo a sua beleza e, como exímios bioindicadores que são, testemunham a excelência da qualidade ambiental deste Sítio da Rede Natura 2000.»

(AAVV, 2004: 19)

Na avifauna nidificante contam-se nove espécies: a cagarra (*Calonectris diomedea borealis*), o calcamar (*Pelagodroma marina hypoleuca*), a alma-negra (*Bulweria bulwerii*), o roque-de-castro (*Oceanodroma castro*) e o pintainho (*Puffinus assimilis baroli*), (Oliveira e Menezes, 2004: 32-42).

Apesar de nestas Ilhas, a ave mais numerosa ser o Calcamar, a colónia de cagaras é a que apresenta a maior densidade a nível mundial (Oliveira e Menezes, 2004: 40).

Das restantes espécies, destacamos nos vertebrados, a osga (*Tarentola bischoffi*) e a lagartixa (*Teira dugesii selvagensis*). (AAVV, 2004: 60-65).

Quanto ao coberto vegetal, as ilhas Selvagens detêm onze endemismos exclusivos (AAVV, 2004: 51-56).

Figura 34 - *Scilla madeirensis* var. *melliodora*¹¹⁷



Fonte: AAVV (2004: 53).

¹¹⁷ Planta herbácea perene, endémica das Ilhas Selvagens: «Ocorre principalmente em áreas arenosas da Selvagem Pequena e Ilhéu de Fora, mas também nas escarpas rochosas da Selvagem Grande» (AAVV, 2004: 53).

Pensamos que, no passado, estas ilhas deveriam apresentar um grau de humidade superior ao atual, o que justifica o enorme número de conchas fósseis, pertencentes a caracóis terrestres que são visíveis no Chão dos Caramujos, na Selvagem Grande (AAVV, 2004: 36).

Figura 35 – Chão dos Caramujos – Selvagem Grande



Fonte: AAVV (2004: 37).

Com uma área de 9.455 hectares, esta Reserva Natural tem estatuto de Área de Proteção Total¹¹⁸ pelo que o acesso carece de autorização prévia do Serviço do Parque Natural da Madeira e é efetuado por mar (AAVV, 2004: 91-93):

«As Ilhas Selvagens estão classificadas como Área de Uso Proibido, estando assim mencionadas no POTRAM (Plano para o Ordenamento do Território na Região Autónoma da Madeira), publicado através do Decreto Legislativo Regional n.º 12/95/M, de 24 de Junho, que inclui estas Ilhas na categoria de “Protecção de Áreas Naturais”. Por pertencerem ao Concelho do Funchal, surgem no artigo 91.º do Plano Director Municipal do Funchal como área “non aedificandi”, resultado da disposição da legislação relativa às Áreas Protegidas.»

(AAVV, 2004: 91)

¹¹⁸ Em 2009, devido ao interesse na proteção e conservação deste SIC, foi aprovado o «Plano de Ordenamento e Gestão das Ilhas Selvagens» (POGIS), através da Resolução n.º 1292/2009, de 2 de Outubro, Presidência do Governo Regional, Região Autónoma da Madeira (Jornal Oficial I série - Número 100 - Suplemento, de 2 de Outubro de 2009).

3.2.3 RESERVA NATURAL PARCIAL DO GARAJAU

Esta Reserva situa-se na encosta sul da ilha da Madeira, ocupando uma área marítima de 376 hectares. Tem como limites, a Ponta do Lazareto, a oeste; a Ponta da Oliveira, a leste; a linha definida pela máxima preia-mar de marés vivas, a norte; o plano definido pela vertical da linha batimétrica dos 50 m (ou em caso de dúvida, uma linha nunca inferior a 600 m do limite norte), a sul¹¹⁹.

A sua criação, em 1986, fundamentou-se na localização geográfica, na riqueza biológica e na excecional clareza das suas águas que facilitam observações superiores a 20 m de profundidade, sendo um espaço protegido de grande interesse científico e turístico, devido à prática de mergulho:

«Torna-se necessária a existência de áreas no litoral da Madeira que funcionem como viveiros, contribuindo para um repovoamento faunístico das áreas adjacentes. A área da Ponta do Garajau, quer devido à sua localização geográfica, quer devido à sua potencial riqueza biológica e extraordinária clareza das suas águas, oferece condições únicas para a criação de um espaço protegido com grande interesse do ponto de vista científico e recreativo. Do ponto de vista turístico, como se comprova já pelo grande número de visitantes, nomeadamente mergulhadores amadores, que afluem a esta área durante todo o ano, a área da Ponta do Garajau constitui um potencial económico que, a médio prazo, poderá tornar-se de grande interesse para a Região.»

(Decreto Legislativo Regional nº 23/86/M: Preâmbulo)

Os fundos marinhos são povoados por uma fauna residente e abundante, sendo o mero (*Epinephelus marginatus*), a espécie emblemática da reserva e a que desperta, do ponto de vista turístico, a maior afluência dos mergulhadores.

O mergulho amador e as atividades náuticas de carácter desportivo, não motorizadas, são permitidos em toda a área da Reserva. É interdita «a utilização de quaisquer utensílios de pesca ou armas de caça submarina que não e apenas as reconhecidas como de defesa (facas e punhais)»¹²⁰.

O acesso à Reserva é efetuado por terra, quer através do Cais do Lazareto, quer pela Praia do Garajau.

¹¹⁹ Decreto Legislativo Regional nº 23/86/M, de 4 de Outubro, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Regional (Diário da República I Série – Número 229, de 04 de Outubro de 1986).

¹²⁰ Decreto Regulamentar Regional nº 1/97/M, de 14 de Janeiro, Região Autónoma da Madeira, Presidência do Governo (Diário da República I Série-B – Número 11, de 14 de Janeiro de 1997).

3.2.4 RESERVA NATURAL INTEGRAL DAS ILHAS DESERTAS

As Desertas são compostas por três ilhas, Ilhéu Chão, Deserta Grande e Ilhéu Bugio e outros ilhéus adjacentes:

«São três, as Ilhas vulcânicas que, de forma imponente e austera, se erguem das profundezas do Oceano Atlântico e se designam de Desertas. De desérticas apenas têm o aparente aspecto árido, ao largo, o qual se vai dissipando e transfigurando, à medida que Delas nos aproximamos [...]. Tão próximas da Ilha da Madeira, mas tão longínquas do Homem, ainda são poucos os que As visitaram e Lhes reconhecem importância e valor».

(AAVV, 2005: 19-20)

Figura 36 – Ilhas Desertas



Fonte: AAVV (2005: 16-17).

Pelo precioso valor científico e cultural destas Ilhas, no plano das espécies animais e plantas, marinhas e terrestres, raras e endémicas, em 1990 foram classificadas como Área de Proteção Especial¹²¹:

¹²¹ Decreto Legislativo Regional nº 14/90/M, de 23 de Maio, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Regional (Diário da República I Série – Número 118, de 23 de Maio de 1990).

«Revestem-se estas ilhas de um enorme valor científico e cultural, apresentando espécies de animais e plantas, marinhas e terrestres, raras e endémicas, que urge proteger. Da fauna marinha, outrora muito rica, destaca-se ainda hoje a colónia mais ocidental de lobos-marinhos do oceano Atlântico (*Monachus monachus*), espécie em alto risco de extinção a nível mundial».

(Decreto Legislativo Regional nº 14/90/M: Preâmbulo)

Graças ao interesse do seu património natural, em 1992 foram classificadas como Reserva Biogenética pelo Conselho da Europa (AAVV, 2005: 24) e em 1995, como Reserva Natural¹²². Esta Reserva Natural localiza-se a sudeste da ilha da Madeira, distando 12 milhas náuticas da Ponta de São Lourenço e 22 milhas náuticas do Funchal. Ocupa uma área total de 12.586 hectares, delimitada pela linha batimétrica dos 100 m em volta das Ilhas, incluindo todas as ilhas e ilhéus e respetiva área marítima.¹²³

Em 2001 passaram a integrar a Rede Natura 2000, como Zona de Proteção Especial (ZPE) e Zona Especial de Conservação (ZEC), (AAVV, 2004:12), por apresentar *habitats* e espécies relevantes para a conservação *in situ* da biodiversidade, a nível mundial, como sejam o lobo-marinho (*Monachus monachus*), e a freira-do-bugio (*Pterodroma feae*) (AAVV, 2005: 24-25).

Figura 37 - Lobo-marinho (*Monachus monachus*)



Fonte: AAVV (2005:8).

¹²² Decreto Legislativo Regional nº 9/95/M, de 20 de Maio, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Regional (Diário da República Série I-A – Número 117, de 20 de Maio de 1995).

¹²³. Decreto Legislativo Regional nº 14/90/M, de 23 de Maio, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Regional (Diário da República I Série – Número 118, de 23 de Maio de 1990).

Entre os habitats existentes nesta Reserva Natural, alguns devido à sua relevante importância foram considerados de interesse comunitário¹²⁴:

- Enseadas e baías pouco profundas;
- Falésias com flora endémica das costas macaronésias;
- Formações baixas de euforbiáceas junto a falésias;
- Grutas marinhas submersas ou semisubmersas (AAVV, 2005: 47).

Nesta Reserva é de exaltar que a Deserta Grande comporta a maior colónia de alma-negra (*Bulweria bulwerii*) do Atlântico e, eventualmente do Mundo, e que o Bugio é o único local, a nível mundial, de nidificação da freira-do-bugio (*Pterodroma feae*), (Oliveira, Menezes, 2004: 18, 30,32).

Merece igualmente realce, dentro do grupo dos invertebrados, a tarântula-das-desertas (*Lycosa ingens*), um endemismo da Deserta Grande (AAVV, 2005: 70-71).

Figura 38 - Tarântula-das-desertas (*Lycosa ingens*)



Fonte: AAVV (2005: 70).

No plano da flora, destacamos na Deserta Grande três endemismos exclusivos: Couve-da-rocha (*Sinapidendron sempervivifolium*), *Frullania sergiae* e *Musschia isambertoi* (AAVV, 2005: 49-55).

A Reserva Natural das Desertas integra Áreas de Proteção Total e Áreas de Proteção Parcial¹²⁵. O acesso e é efetuado por mar e para as áreas de proteção total carece de autorização prévia do Serviço do Parque Natural da Madeira:

¹²⁴ As Ilhas Desertas estão classificadas como Sítio de Importância Comunitária (SIC) - PTDES0001 - integrando a Rede Ecológica Europeia denominada Natura 2000 (Resolução do Conselho de Governo n.º 1408/2000, de 19 de Setembro, Presidência do Governo Regional, Região Autónoma da Madeira, Jornal Oficial I série - Número 85, de 19 de Setembro de 2000).

«O uso da área é mencionado e regulamentado por outros planos gerais adoptados pela Região Autónoma da Madeira – POTRAM (Plano para o Ordenamento do Território na Região Autónoma da Madeira), publicado através do Decreto Legislativo Regional n.º 12/95/M, de 24 de Junho, no qual as Ilhas Desertas são incluídas na categoria de “Zonas Naturais de Uso Interdito” e “Zonas Naturais de Uso Fortemente Condicionado” classificadas como áreas de uso interdito e fortemente condicionado e POT (Plano de Ordenamento Turístico da RAM), publicado através do Decreto Legislativo Regional n.º 17/2002/M, de 29 de Agosto, no qual estas Ilhas são incluídas como “Espaços Naturais e Áreas Protegidas”. Por terem o seu registo na matriz predial de Santa Cruz, surgem nos artigos 14º e 16º do Plano Director Municipal de Santa Cruz, respectivamente, na caracterização do Património Natural e como área a incluir na Reserva Ecológica Nacional».

(AAVV, 2005: 84)

¹²⁵ Em 2009, devido ao interesse na protecção e conservação deste SIC, foi aprovado o «Plano de Ordenamento e Gestão das Ilhas Desertas» (POGID), através da Resolução n.º 1293/2009, de 2 de Outubro, Presidência do Governo Regional, Região Autónoma da Madeira (Jornal Oficial I série - Número 100 - Suplemento, de 2 de Outubro de 2009).

3.2.5 RESERVA NATURAL DO SÍTIO DA ROCHA DO NAVIO

Esta Reserva situa-se no litoral norte da Ilha da Madeira, mais precisamente no concelho de Santana, ocupando uma área total de 1.710 hectares. Foi definida e delimitada no sítio da Rocha do Navio, entre a Ponta do Clérigo, a leste; a Ponta de S. Jorge, a oeste e entre a linha definida pela preia-mar máxima e a batimétrica dos 100 m, incluindo os seus ilhéus e áreas marítimas¹²⁶.

A sua criação como Reserva Natural, em 1997, fundamentou-se essencialmente no seu:

*«[G]rande valor natural, científico e cultural, merecendo destaque a presença, no litoral do referido local, de lobos-marinhos (*Monachus monachus*), mamífero em alto risco de extinção a nível mundial [...], o valiosíssimo património botânico, onde figuram várias espécies endémicas raras, e, do ponto de vista ornitológico, o facto de aquela área constituir local privilegiado de nidificação de diversas espécies de aves marinhas».*

(Decreto Legislativo Regional n.º 11/97/M: Preâmbulo)

Entre os habitats existentes nesta Reserva Natural, alguns devido à sua relevante importância foram considerados de interesse comunitário¹²⁷:

- Falésias com flora endémica das costas macaronésias;
- Formações baixas de euforbiáceas junto a falésias;
- Grutas marinhas submersas ou semisubmersas.

Em 2009, o Conselho de Governo, resolveu proceder à passagem do «Ilhéu da Viúva» de Sítio de Importância Comunitária (SIC) para Zona Especial de Conservação (ZEC), o qual inicialmente havia ficado isento de avaliação ambiental, devido às suas pequenas dimensões¹²⁸. No mesmo ano foram aprovadas as medidas propostas no

¹²⁶ Decreto Legislativo Regional n.º 11/97/M, de 30 de Julho, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Regional (Diário da República Série I-A – Número 174, de 30 de Julho de 1997).

¹²⁷ O Ilhéu da Rocha do Navio, também denominado Ilhéu da Viúva está classificado como Sítio de Importância Comunitária (SIC) - PTMAD0004 - integrando a Rede Ecológica Europeia denominada Natura 2000 (Resolução do Conselho de Governo n.º 1408/2000, de 19 de Setembro, Presidência do Governo Regional, Região Autónoma da Madeira, Jornal Oficial I série - Número 85, de 19 de Setembro de 2000).

¹²⁸ Resolução n.º 751/2009, de 2 de Julho, Presidência do Governo Regional, Região Autónoma da Madeira (Jornal Oficial I série - Número 66 – 2.º Suplemento, de 2 de Julho de 2009).

Programa de medidas de Gestão e Conservação do Sítio de Importância Comunitária «Ilhéu da Viúva», elaborado pelo Serviço do Parque Natural da Madeira¹²⁹.

Merece realce, nesta Reserva, o núcleo de zimbreiros (*Juniperus turbinata*), árvore indígena do litoral da Madeira e Porto Santo, muito rara que no Ilhéu da Viúva, apresenta um dos maiores portes de que há conhecimento (Silva e Menezes, 1984, Vol. III: 666).

Em abril de 2012, a Câmara Municipal de Santana anunciou num periódico local, o «Jornal da Madeira» que:

«[T]oda a área em volta da Rocha do Navio bem como os seus acessos serão alvo de um projecto de requalificação [...]. O projecto inclui o aproveitamento do teleférico para fins turísticos e a melhoria do percurso pedonal de acesso àquela Reserva natural. [...] Na Rocha do Navio existem zimbreiros, plantas endémicas também existentes nos Moledos, na Madalena do Mar. A autarquia vai criar um trilho entre os dois locais, permitindo a observação daquelas plantas e de outras espécies».

(JM, 26-IV-2012: 9)

A pesca comercial e a pesca sem fins lucrativos, o mergulho amador e as atividades náuticas de carácter desportivo, não motorizadas, são permitidas em toda a área da Reserva¹³⁰:

«Quem visita esta Reserva fica maravilhado com a paisagem do litoral de Santana recortada pelo mar, com o imponente ilhéu da Viúva tão próximo da costa e com um miradouro que permite contemplar uma pequena Fajã com campos agricultados à beira-mar, cujo acesso faz-se por uma vereda escarpada na rocha ou por teleférico [...]. Diz-se que o nome provém de um naufrágio de uma escuna de nacionalidade holandesa, que ocorreu no século XIX, em consequência de ventos fortes».

(DN – Suplemento, 8-VII-2012: 5)

O acesso à Reserva é efetuado por terra, através do Miradouro da Rocha do Navio, quer por uma vereda escarpada na rocha, quer por teleférico. O acesso marítimo depende do estado do mar.

¹²⁹ Despacho n.º 70/2009, de 24 de Junho, Secretaria Regional do Ambiente e dos Recursos Naturais, Região Autónoma da Madeira (Jornal Oficial II série - Número 119 – Suplemento, de 24 de Junho de 2009).

¹³⁰ Decreto Legislativo Regional n.º 11/97/M, de 30 de Julho, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Regional (Diário da República Série I-A – Número 174, de 30 de Julho de 1997).

3.2.6 PERCURSOS PEDONAIS RECOMENDADOS NA MADEIRA PARA CONTEMPLAÇÃO DA NATUREZA

As dificuldades impostas pela orografia da Ilha determinaram a ocupação dos terrenos e a localização dos principais núcleos populacionais na costa meridional da Ilha, essencialmente em Machico, Funchal, Santa Cruz e Câmara de Lobos (Vieira, 2001: 21). À costa norte os colonos chegaram muito mais tarde devido às dificuldades de acesso quer por via terrestre, quer por via marítima: *«Mesmo assim, já na década de 40, refere-se a presença de gentes em S. Vicente, uma das localidades do Norte a merecer uma ocupação efectiva»* (Vieira, 2001: 21).

Podemos afirmar que desde o início do povoamento e colonização da Madeira, a orografia da Ilha foi um fator determinante nos usos e costumes do povo madeirense. O povoamento desenvolveu-se inicialmente na costa sul da Ilha, onde a orografia menos acidentada facilitava o acesso às diferentes zonas e possibilitava o desenvolvimento da agricultura. As primitivas explorações agrícolas iniciaram-se no litoral sul junto às linhas de água e nascentes. Num curto espaço de tempo, a urgência de alargar a área agrícola, criou a necessidade de conduzir as águas para os novos terrenos: *«Desde tempos imemoriais que a água foi o polo de atracção das populações: saciou a sede aos sedentos, serviu para aproximar os homens, ou substituí-los em algumas tarefas e dar vida e riqueza aos campos»* (Vieira, 2001: 208).

Cedo se constatou que enquanto na costa sul a água escasseava, na costa norte jorrava em abundância. Era imperativo para a sobrevivência da população encaminhar a água das múltiplas nascentes a norte para a costa sul. Podemos afirmar que desde os primórdios do povoamento, a população empenhou-se numa dupla tarefa árdua, melhorar o acesso à costa norte que até então, só era possível por via marítima e dependia muito do estado do mar e, na construção de um sistema hidráulico, único no mundo, que conduzisse as águas até a costa sul:

«[...] quasi todas as fontes e nascentes estavam nos pontos elevados, nas serras, correndo para os regatos e ribeiras e por meio destas para o oceano. Desde logo surgiu a necessidade e o pensamento de interceptar, em certas altitudes, o curso natural das águas, derivando-as para utilíssimos canais, construídos desde grandes distancias, ao longo de rochedos escarpados, através de imensos obstáculos, apenas vencíveis por uma tenacidade heróica, até às regiões mais férteis e prometedoras. Tal é a instituição admirável e profícua das levadas, factor primacial da agricultura e portanto de todas as condições económicas e financeiras da ilha da Madeira».

(Silva e Menezes, 1984:453)

O acesso à costa norte, por via terrestre, tornou-se possível com a abertura de veredas que rasgavam a cordilheira montanhosa que se erguia no centro da Ilha. Para «levar» a água do norte para o sul, escavaram nas rochas canais de irrigação, aos quais denominaram «levadas». Ao longo destas levadas foram criados pequenos trilhos que facilitavam o percurso pedonal dos que tinham a seu cargo o controle e vigilância das mesmas:

«A construção desses canais com as interessantes características que lhe são peculiares constituem uma gloriosa tradição de trabalho, de tenacidade, de inteligência e de bom senso, que sobremaneira honra e enobrece a terra que tal empreendimento concebeu e tão frutuosamente o realizou. E agora, a mais de quatro séculos de distancia, é gratíssimo recordar a clarividência dos nossos antepassados, que logo após o início do povoamento descobriram esse rico filão de ouro, que faria produzir, prosperar e enriquecer a nossa indústria agrícola, como veio plenamente a realizar-se no largo decorrer dos tempos. E, desde meados do século XV até os fins do século XIX, manteve-se inalterável essa tradição, que o mesmo é afirmar que a construção das levadas foi um trabalho contínuo e persistente, á parte quaisquer circunstâncias imperiosas que tivessem justificado uma possível interrupção».

(Silva e Menezes, 1984:461)

Julgamos poder afirmar que as levadas e veredas da ilha da Madeira constituem valores singulares do património histórico, cultural, social e natural da Região. Esses percursos pedonais, através de levadas ou veredas foram construídos ao longo dos séculos para fruição dos habitantes, sendo no passado a única forma de acesso a determinadas zonas da Ilha:

«Foi em torno do percurso das levadas, por entre as montanhas e áreas de cultura, que a Ilha assentou o seu quotidiano. As levadas são vias de condução de água, mas também caminhos de acesso a espaços agrícolas e habitação e, por consequência, vias privilegiadas de circulação dos produtos da terra. [...] A orografia da Ilha, ao mesmo tempo que dificultava a condução da água, favorecia este aproveitamento, pelos declives acentuados».

(Vieira, 2001: 209)

Desde que a Madeira começou a ser procurada por visitantes estrangeiros, os percursos pedonais tornaram-se num atrativo turístico.

Muitos dos estrangeiros que visitaram a Ilha ao longo do século XIX, teceram impressões e diversos louvores que passamos a transcrever:

a) *«Of the varieties of exercise, walking is greatly restricted in Funchal, owing to the peculiar construction of the roads [...] and the few public resorts of the city [...]. Outcross: footpaths which accompany the levadas in their course above the town [...]. Horse exercise is the more common resource»;*

(Driver, 1838: 158)

b) *«Many of the loviest walks in the country are along paths by the side of “levadas”»;*

(Rendell, 1881: 42)

c) *«Pedestrians will be amply rewarded for many a stiff climb by exhilarating air and ever-charming views, the Atlantic adding to the beauty of the scene [...]. The Sylva and flora of Madeira, both indigenous and naturalized, are very varied, beautiful, and deeply interesting, as combining those of the tropical and temperate zones [...]. The consequent luxuriance and beauty of the flowers of Madeira can only be realized and appreciated by those who have visited the island, not only once, but seen it at different seasons, or passed a whole year there».*

(Taylor, 1882: xii)

No início do século XIX, os passeios resumiam-se ao centro do Funchal e aos arredores próximos com recurso ao cavalo ou à rede. A partir de 1843, principiámos a encontrar referências a passeios mais prolongados e sobretudo ao longo das levadas.

No final do século XIX, Rendell, Lady Brassley e Ellen Taylor dedicaram grande parte das suas publicações à descrição das excursões na Ilha.

Rendell descreveu e esclareceu o leitor sobre os diferentes passeios, tendo concedido uma especial atenção aos passeios a pé, nomeadamente aos do Rabaçal (25 Fontes), nomeando as diferentes formas de lá chegar: *«There are several ways of reaching Rabaçal; the more general one is by boat from Funchal to Calheta, four hours more or less, according to weather; then in hammock to Rabaçal, three hours, returning to the city the same way»* (1881: 68).

Dos passeios que lemos, optámos por citar a descrição de um passeio ao Rabaçal que julgámos ser a mais explícita, a de Lady Brassey:

«Forty hammock-men with twelve hammocks arrived on board [...] immediately after they had embarked we got up steam and proceeded along the beautiful coast, past Camara de Lobos and Cabo Girão, to Calheta. [...]. It was very hot on landing; but we at once got into our hammocks

and were carried gaily by the trotting bearers, upwards always upwards, into a cooler air. [...]. The passage through the tunnel had been like the touch of a magician's wand. From the barren moor, we had emerged into a sort of semi-tropical Killarney, rain and all, with abrupt precipices and tree-clothed crags on all sides, and ferns and mosses everywhere. [...]. And the walls of the levadas; what rare studies of nature they offered! One forgot all sense of danger in gazing on the varied loveliness of the scene; [...]. The path along the levada, picturesque though it otherwise was, narrow and slippery, having only a width of one brick for the men to walk on, with often a sheer precipice on one side, hundreds of feet deep, over which the hammock hung perilously when the bearers turned a sharp corner. [...]. The rain seemed to fall more and more heavily; and we were not sorry to find the house of one of the Commissioners of Works (to whom we had a letter of introduction) come in sight [...]. We were hospitably received by our host; our drenched clothes were taken to be dried, and a room was given to us in which to spread our lunch [...]. Four of our number preferred, in spite of the deplorable weather, to go on to see the Vinte-cinco Fontes, or Twenty-five Fountains. [...] and how ever our bearers managed to carry us along without letting us roll over the side of the precipice is a mystery to me. Sometimes, too, they had to walk up to their knees in water, in the levada itself. [...] but the beauty of the scenery atoned for all the peril incurred. The twenty-five Fountains [...] consist in reality of one high waterfall, tumbling over a perpendicular precipice [...]. I counted thirty instead of twenty-five «fountains»; and there were numberless small ones besides. [...]. As it was, I felt almost as though the scene were too enchanting to be real – that I was in a dream [...]. From this spot we went along another levada to the great Risco fountain, a straight waterfall, rushing over a sheer precipice [...]. Our bearers descended at a tremendous pace; and in an hour and twenty-five minutes from the time of leaving the refuge of Rabaçal we were on board the boat on our way to the yacht, and were soon after steaming away towards Funchal».

(1885: 46-53)

Optámos por citar este passeio, uma vez que quando o lemos, as nossas dúvidas dissiparam-se. Nas descrições dos passeios a pé de outros autores, por vezes questionámo-nos sobre a forma como os visitantes os faziam, até que ponto caminhavam ao longo das levadas ou eram transportados em «rede». Nesta descrição a autora demonstra a sua profunda admiração pela habilidade dos homens que carregavam as redes, ao não permitirem que os visitantes caíssem em certos precipícios e ao serem obrigados, em certas partes do percurso, a andar com água até os joelhos.

Ao conjugarmos as descrições de Ellen Taylor com as de Lady Brassley concluímos que os passeios a pé, ao longo das levadas, poderiam ser efetuados pelos visitantes de duas formas, a caminhar ou em «rede», conforme poderemos verificar pela gravura seguinte (Fig. 39).

Figura 39 – Passeio ao Rabaçal (25 Fontes)



Fonte: Brassey (1885: 51).

Na atualidade os percursos pedonais na Madeira são cada vez mais procurados por visitantes que desejam aliar ao recreio e ao lazer, o contacto com a natureza.

Têm sido efetuados alguns estudos sobre a atratividade das paisagens. Alguns deles «*ligados à água indicam que esta representa claridade e frescura. Quedas de água, lagos na montanha, água a correr são elementos paisagísticos muito apreciados*» (Rodrigues e Kastenholz, 2010: 721), outros referem que «*a avaliação afectiva sentida perante lugares e ambientes assume um papel muito importante na escolha dos lugares visitados e no comportamento demonstrado nos mesmos*» (Rodrigues e Kastenholz, 2010: 721).

Segundo Whigt (2001), citado por Rodrigues e Kastenholz:

«*[A]s pessoas que procuram a natureza não são um segmento homogéneo, apresentando características bastante heterogéneas. Dos vários estudos analisados destacam-se as seguintes motivações para visitar áreas naturais:*

- *Enfrentar o desafio físico que as áreas naturais representam (Higham, 1993 citado por Hall e Page, 1997);*
- *Ouvir os sons da natureza (Burton, 1995);*

- *Desfrutar a natureza e apreciar a paisagem* (Niefer et al, 2000);
- *Escapar à civilização, do quotidiano* (Harting, 1993);
- *Desporto* (Niefer et al, 2000).» (Rodrigues e Kastenholz, 2010: 722-723).

O estudo efetuado por estas duas autoras sobre os pedestrianistas em Portugal revela-nos um perfil que julgamos não ser muito diferente dos caminhantes na Madeira. A amostra revelou que:

«[G]rande parte dos inquiridos prefere uma paisagem seminatural humanizada (70%) [...] As paisagens naturais preferidas dos inquiridos (amostra total) apesar de distintas, incluem frequentemente o elemento água e são “praia” (32,7%) e “paisagem com água” (rios, cascatas). No entanto, também há uma grande preferência por uma “paisagem com pontos elevados” (24%) e por “paisagens com árvores” (9%)».

(Rodrigues e Kastenholz, 2010: 725)

Lamentavelmente não existe nenhum estudo semelhante em relação à Madeira, apesar de ser possível ter alguns destes aspetos em consideração, outros não se podem aplicar à Madeira, em especial o caso das paisagens com «*praia*», uma vez que este não é um cenário frequente ao longo dos passeios a pé na Ilha. Provavelmente na Madeira, as percentagens seriam superiores nas variáveis «*paisagens com pontos elevados*» e nas «*paisagens com árvores*», se tivermos em consideração a orografia da Ilha e os 15.000 hectares de Floresta Laurissilva¹³¹.

Reconhecida a importância dos Percursos Pedonais e numa ótica de desenvolvimento sustentável, o Governo Regional decidiu estabelecer um sistema de sinalética que orientasse os visitantes e utentes, permitindo a segurança pedonal e a manutenção do equilíbrio ecológico, assim como uma lista dos percursos recomendados.

Ainda no cerne da segurança, o *site* oficial da Direção Regional de Turismo da Madeira disponibiliza informação atualizada sobre a situação dos percursos pedonais, advertindo os caminhantes sobre o encerramento temporário de algum percurso pedonal¹³².

¹³¹ A Floresta Laurissilva da Madeira foi considerada Património Mundial Natural da Humanidade, pela UNESCO em 1999.

¹³² Consulte-se o *site*: <http://www.visitmadeira.pt/>.

Quadro 58 – Percursos Pedonais Recomendados na Ilha da Madeira

Ref ^{ca}	Título do Percurso	Concelhos
PR 1	Vereda do Areeiro (Pico do Areeiro - Pico Ruivo)	Santana
PR 1.1	Vereda da Ilha (Pico Ruivo - Ilha)	Santana
PR 1.2	Vereda do Pico Ruivo (Achada do Teixeira - Pico Ruivo)	Santana
PR 1.3	Vereda da Encumeada (Pico Ruivo - Encumeada)	Ribeira Brava
PR 2	Vereda do Urzal (Curral das Freiras - Boaventura)	Câmara de Lobos
PR 3	Vereda do Burro (Pico do Areeiro - Ribeira das Cales)	Funchal
PR 3.1	Caminho Real do Monte (Ribeira das Cales - Monte)	Funchal
PR 4	Levada do Barreiro (Poço da Neve - Casa do Barreiro)	Funchal
PR 5	Vereda das Funduras (Portela - Marços)	Machico
PR 6	Levada das 25 Fontes (Rabaçal – 25 Fontes)	Calheta
PR 6.1	Levada do Risco (Rabaçal - Risco)	Calheta
PR 7	Levada do Moinho (Ribeira da Cruz - Lamaceiros)	Porto Moniz
PR 8	Vereda da Ponta de S. Lourenço (Baía d'Abra - Cais do Sardinha)	Machico
PR 9	Levada do Caldeirão Verde (Queimadas - Caldeirão Verde - Caldeirão do Inferno)	Santana
PR 10	Levada do Furado (Ribeiro Frio - Portela)	Santana
PR 11	Vereda dos Balcões (Ribeiro Frio - Balcões)	Santana
PR 12	Caminho Real da Encumeada (Boca da Corrida - Encumeada)	Ribeira Brava
PR 13	Vereda do Fanal (Assobiadores - Paul da Serra - Fanal)	Porto Moniz
PR 14	Levada dos Cedros (Fanal – Curral Falso)	Porto Moniz
PR 15	Vereda da Ribeira da Janela (Curral Falso - Ribeira da Janela)	Porto Moniz
PR 16	Levada Fajã do Rodrigues (Fajã da Ama - Ribeira do Inferno)	São Vicente
PR 17	Caminho do Pináculo e Folhadal (Lombo do Mouro - Caramujo - Folhadal - Encumeada)	Ribeira Brava
PR 18	Levada do Rei (Quebradas – Ribeiro Bonito)	Santana
PR 19	Caminho Real do Paul do Mar (Prazeres - Paul do Mar)	Calheta
PR 20	Vereda do Jardim do Mar (Prazeres - Jardim do Mar)	Calheta
PR 21	Caminho do Norte (Encumeada - Ribeira Grande)	São Vicente
PR 22	Vereda do Chão dos Louros	São Vicente
PR 23	Levada da Azenha (Azenha - Caminho Velho do Castelo)	Santa Cruz

Fonte: Elaboração Própria a partir do Despacho conjunto da SRARN e da SRCTT, de 30 de abril de 2012, JORAM, II série, Nº 74, Suplemento pp. 2-3.

Apesar destes percursos recomendados apresentarem um grau de dificuldade média, a extensão é variável assim como o tempo necessário para percorrê-los.

Para uma melhor análise por parte do leitor, apresentamos seguidamente uma leve descrição de três percursos, a título de exemplo. O primeiro, segue unicamente uma levada (PR 6); o segundo, apresenta um percurso misto, uma levada, uma vereda e alguns túneis (PR 9) e o terceiro, uma vereda (PR 15).

O PR 6 - Levada das 25 Fontes (Rabaçal – 25 Fontes)

O passeio a pé tem início junto à casa de abrigo do Rabaçal. A caminhada é feita ao longo da esplanada da levada das 25 Fontes. É um percurso fácil apesar de, em alguns troços, a esplanada da levada ser mais reduzida. Cerca de uma hora após iniciar a caminhada, o visitante encontrará uma pequena lagoa circundada por densa vegetação. Das rochas que a rodeiam vertem as águas de diferentes nascentes, é a Lagoa das 25 Fontes:

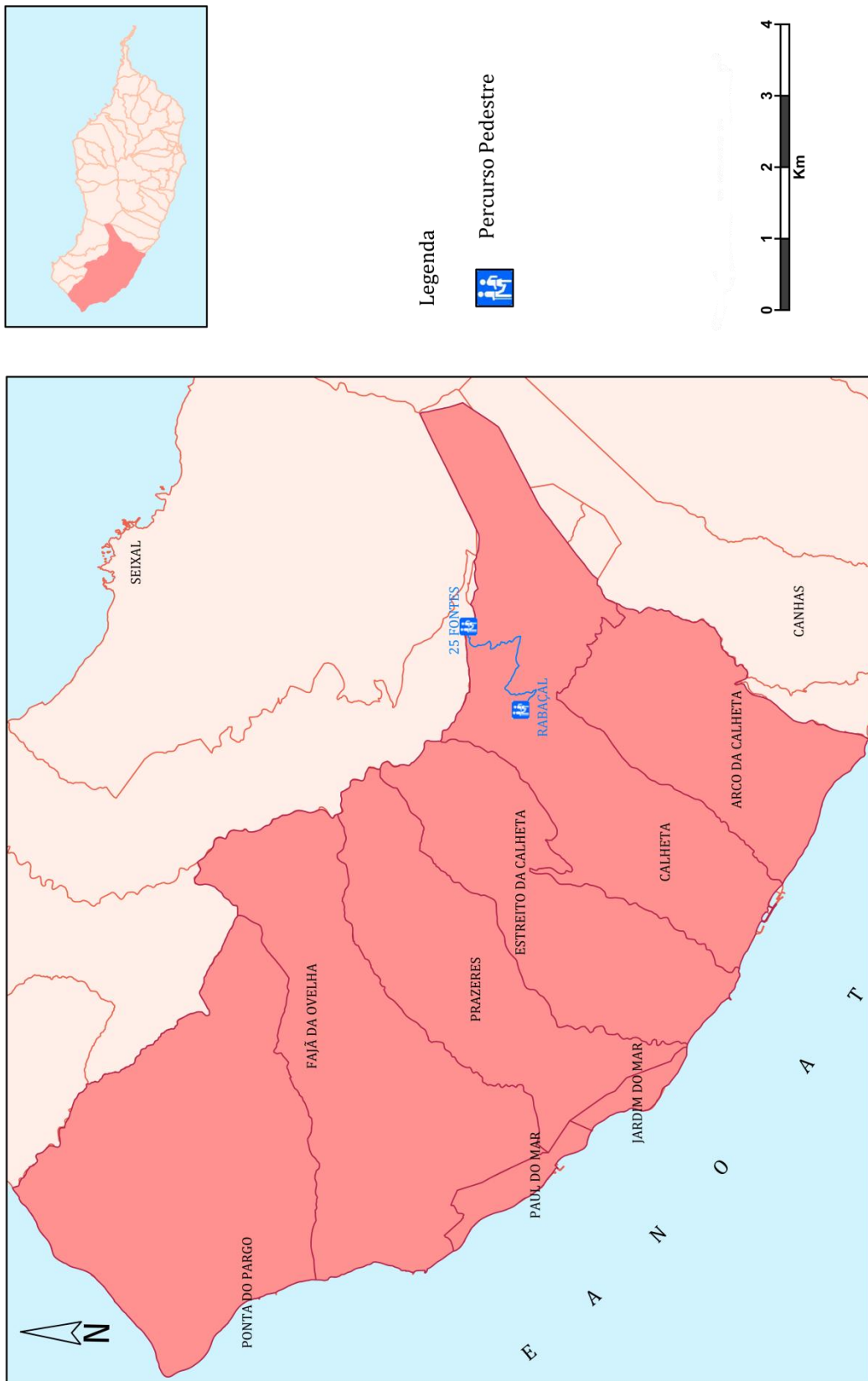
«[P]itoresco local denominado por Vinte e Cinco Fontes, que não é mais do que uma pequena reentrância em forma de arco, onde as águas pluviais de infiltração, ao encontrarem uma camada impermeável de basalto afloram à superfície, brotando em inúmeras nascentes na parede vertical rochosa».

(Neves *et al*, 1996: 46)

O regresso é efetuado seguindo o percurso anterior, em sentido inverso, até à casa de abrigo do Rabaçal.

É um percurso com cerca de 9 Km (ida e volta), com uma duração total entre 2 a 3 horas, numa área que se encontra entre os 900m e os 1300 m de altitude, no concelho da Calheta (Quintal, 1994: 34-36).

Figura 40 – Levada das 25 Fontes (Rabaçal – 25 Fontes)



Base cartográfica cedida pela Direção Regional do Ordenamento do Território e Ambiente.

Elaboração própria.

O PR 9 - Levada do Caldeirão Verde (Queimadas - Caldeirão Verde - Caldeirão do Inferno)

O passeio a pé tem início junto à casa de abrigo das Queimadas. A caminhada é feita ao longo da esplanada da levada até ao Caldeirão Verde, passando por quatro tuneis e algumas quedas de água. Ao longo do percurso o visitante poderá observar diferentes espécies pertencentes à flora e fauna da Macaronésia, em particular as espécies vegetais pertencentes à Floresta Laurissilva. É um percurso com um grau de dificuldade média, no entanto o caminhante deverá ter em consideração que no percurso existem tuneis e o piso poderá estar escorregadio, devido às quedas de água, pelo que deverá levar equipamento adequado. Por outro lado não é aconselhável a pessoas que possuem vertigens (Quintal, 1994: 50-56).

Após duas a três horas de caminhada (6 Km), o visitante chegará à Lagoa do Caldeirão Verde, alimentada por uma queda de água:

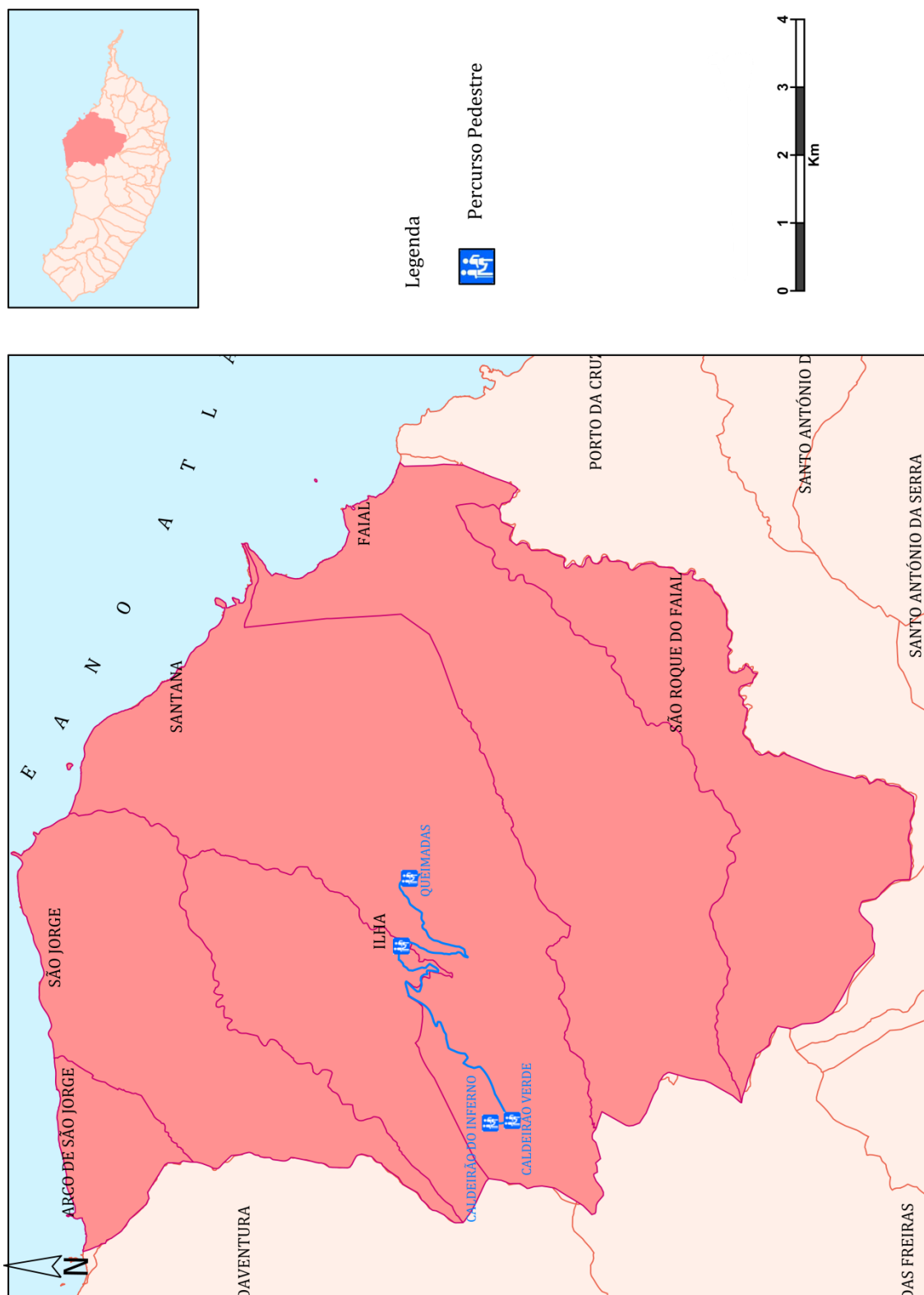
«O Caldeirão Verde consiste em uma queda de água com cerca de 100 metros de altura, que do leito do Ribeiro do Caldeirão Verde se projecta, verticalmente para o fundo de uma bacia cujas paredes cilíndricas formam um recanto de exuberante e rude beleza».

(Neves *et al*, 1996: 123)

O percurso entre o Caldeirão Verde e o Caldeirão do Inferno é misto, o caminhante deverá seguir a levada até encontrar uma vereda e finalmente uma outra levada. Após cerca de 30 a 45 minutos (2 Km), o visitante deparar-se-á com o Caldeirão do Inferno: *«um vale em garganta, ou canyon, talhado pelas águas ao longo de uma linha em que as rochas se mostraram menos resistentes»* (Quintal, 1994: 53).

O regresso é efetuado seguindo o percurso anterior em sentido inverso. Este percurso localiza-se numa área que se encontra a cerca de 890m de altitude, no concelho de Santana (Quintal, 1994: 50-56).

Figura 41 - Levada do Caldeirão Verde (Queimadas - Caldeirão Verde - Caldeirão do Inferno)



Base cartográfica cedida pela Direção Regional do Ordenamento do Território e Ambiente. Elaboração própria.

O PR 15 - Vereda da Ribeira da Janela (Curral Falso - Ribeira da Janela)

O passeio a pé tem início no Curral Falso, junto à estrada regional 209. A caminhada é efetuada ao longo de uma vereda que segue os vestígios de uma antiga vereda utilizada pela população como forma de ligação entre a zona norte e a sul (Calheta e Ponta do Sol).

Para além da flora, o visitante poderá observar algumas espécies da avifauna, com destaque para o Pombo Trocaz (*Columba trocaz*) e zonas agrícolas. Após cerca de uma hora e trinta minutos chegará à Ribeira da Janela, na costa norte da Ilha:

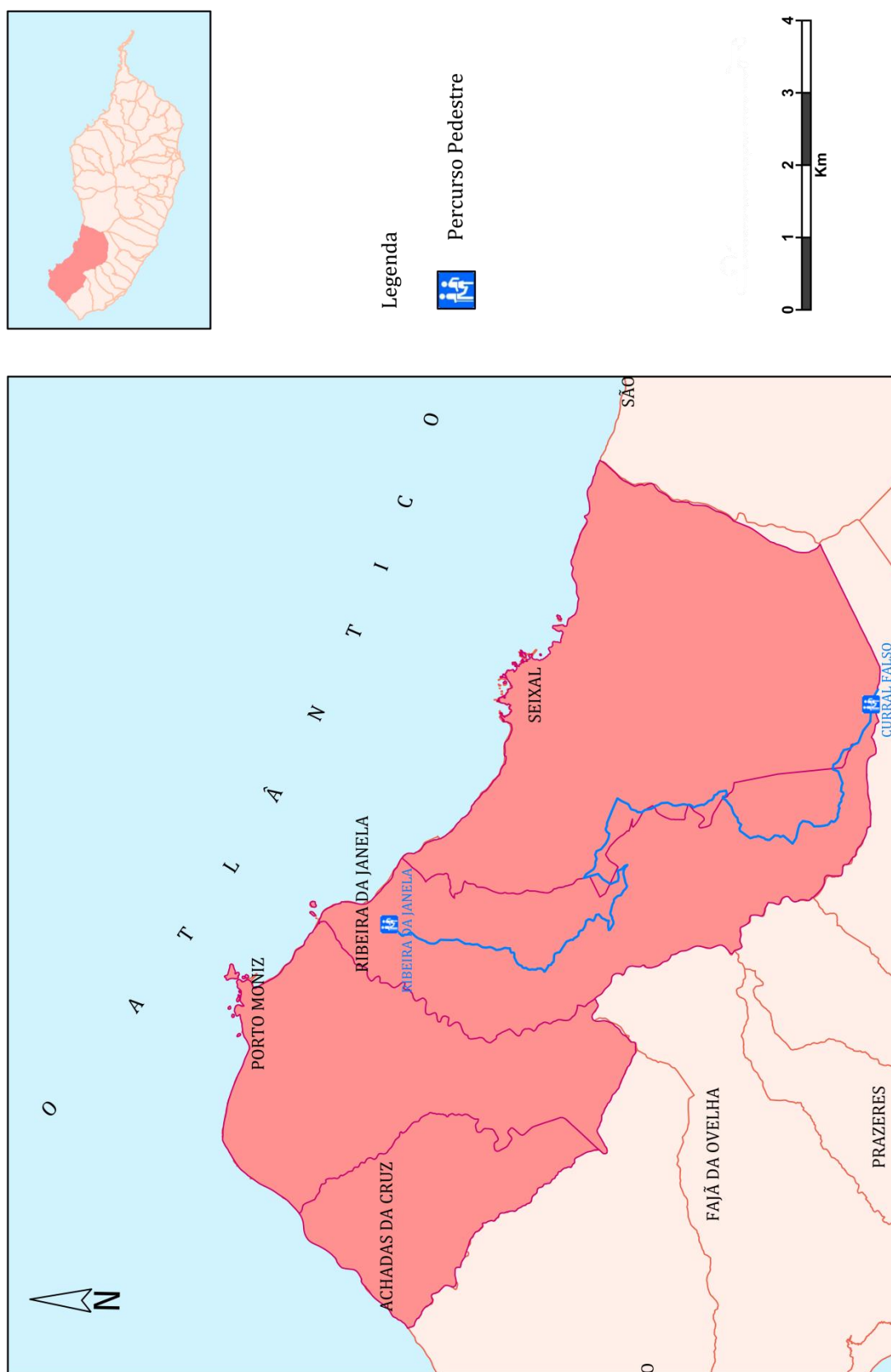
«A origem da Ribeira da Janela consiste numa ampla bacia de recepção, de orografia relativamente suave, se comparada com a restante orografia das vertentes da ribeira, e nela intervêm três cursos de água principais, todos com origem no Planalto do Paúl da Serra, a saber, a Ribeira das Águas negras ou do Risco, a Ribeira do Lageado ou Ribeira Grande, e a Ribeira do Alecrim, a oeste».

(Neves *et al*, 1996: 46)

É um percurso com um grau de dificuldade média, com uma extensão de 2,7 Km, numa área que se encontra entre os 400 m e os 820 m de altitude, no concelho de Porto Moniz¹³³.

¹³³ Folheto Informativo da Direção Regional de Florestas «PR 15 – Vereda da Ribeira da Janela», disponível em www.visitmadeira.pt.

Figura 42 - Vereda da Ribeira da Janela (Curral Falso - Ribeira da Janela)



Base cartográfica cedida pela Direção Regional do Ordenamento do Território e Ambiente.
Elaboração própria.

Os passeios pedonais recomendados para contemplação da natureza, anteriormente referidos, localizam-se maioritariamente no Parque Natural da Madeira e, de acordo com o modelo de classificação apresentado no início do presente capítulo, foram incluídos no património natural porque os considerámos como «locais de observação de flora e fauna» de acordo com a tipologia de recursos turísticos adotada pela OEA, uma vez que estes percursos deliciam os caminhantes com paisagens admiráveis e experiências enriquecedoras de contacto com a natureza, em especial com a flora e a fauna madeirenses, sendo esse o seu principal atrativo.

Por outro lado, o pedestrianismo tem revelado uma importância cada vez superior no desenvolvimento sustentável de determinados nichos de mercado, em especial no turismo em espaço rural, sendo considerada:

«Uma actividade que pode contribuir para a atracção de turistas e que pode possibilitar a fixação de visitantes no interior do país [...]. Do ponto de vista das áreas de destino, o interesse pelo turismo de passeio pedestre é grande porque são muitos os territórios com natureza selvagem e rurais potencialmente abrangidos e porque esta forma de turismo pode inserir-se plenamente numa estratégia de desenvolvimento sustentável».

(Rodrigues, 2006: 84).

3.3 PATRIMÓNIO CULTURAL

O conceito de cultura é muito vasto, difuso e difícil de definir. Segundo Manuel Antunes o seu conceito tem sido discutido e delineado ao longo dos séculos. O autor refere que Cícero (106-43 a. C) «*usa a expressão “sese excolere ad humanitatem” (cultivar-se, a fundo, segundo e para a ‘humanitas’, tendo este vocábulo ‘humanitas’, na língua latina, três significados: aquilo que faz que o homem seja um homem; a preocupação do homem pelo homem [...]; aquilo pelo qual o homem se torna verdadeiramente homem, a sua formação ou educação»* (Antunes, 1999: 39); no entanto Cícero e Horácio (65-8 a. C), referiram-se ainda ao conceito como: «*cultura é a acção que o homem realiza quer sobre o seu meio quer sobre si mesmo, visando uma transformação para melhor»* (Antunes, 1999: 39).

Na atualidade o conceito de cultura surge subdividido em duas linhas essenciais, a subjetiva-ativa e a objetiva-passiva. Na primeira «*significa a formação do homem»* (Antunes, 1999: 40), na segunda, o conceito surge definido na seguinte síntese:

«[U]m conjunto de atributos e de produtos das sociedades humanas e, por conseguinte, do género humano, extrassomáticos e transmissíveis por meios diferentes da hereditariedade biológica e que faltam essencialmente nas espécies subhumanas tanto quanto são características da espécie humana enquanto esta se agrega em sociedades».

(Kröber-Kluckhohn, cit. por Antunes, 1999:41)

José Jorge Letria, defende que a Cultura passou a assumir um papel estratégico no quotidiano das populações e nas repercussões no desenvolvimento económico e sociocultural das sociedades:

«A Cultura não é nem pode ser encarada como um espaço isolado, autónomo ou feudalizado. Ela está, interdisciplinarmente, ligada a todas as realidades sociais e económicas, que a condicionam e são por ela condicionadas. A cultura é, na área social, um inquestionável factor de crescimento, de valorização e desenvolvimento, incluindo o espiritual».

(Letria, 2000: 27)

Interpretando as palavras do autor, conseguimos compreender a importância da profunda interligação entre cultura e turismo:

«[A] cultura está a deixar de ser um mero ornamento da política para se transformar num segmento autónomo e nevrálgico do crescimento das sociedades, de fortalecimento das suas identidades e de harmonia entre cidadãos e os espaços que povoam e animam. Entendida desta maneira, a cultura será, no século XXI, não um luxo de elites e sim um património partilhado pelo maior número possível de pessoas que sabem ter nele uma clara fronteira entre aquilo que o Homem sonha e quer e aquilo que a desumanização da máquina e o “stress” quotidiano constantemente lhe querem impor».

(Letria, 2000: 32)

Relação que se encontra ainda mais patente segundo a definição oferecida por Lurdes Rita:

«[S]e definirmos cultura como património de conhecimentos, de princípios, de usos e de regras, de experiências e de opções, que contribuem para transformar o mundo material e criar novos valores espirituais, concluiremos que o turismo cultural é o meio que permite às pessoas conviver com os modos de vida de outros povos e de poder disfrutar do seu património natural, cultural, histórico e arquitectónico, seja qual for o modo por que se expressam».

(Rita, 1999: 74)

As vantagens da interligação entre turismo e cultura têm sido defendidas ultimamente, frisando sobretudo uma «*perspectiva de consolidação de uma competitividade duradoura, cujos pilares sejam a qualidade, a sustentabilidade, a diferenciação, a autenticidade, uma conjugação coerente de produtos tradicionais e de produtos modernos*» (Carvalho, Batista e Costa, 2010: 246).

Aliás, desde 2001 que as interações entre turismo e cultura se encontram expressas na Lei nº 107/2001, de 8 de setembro¹³⁴, estando o turismo integrado no regime geral de valorização dos bens culturais, mais especificamente na alínea l) do artigo 71º, através dos «*programas de aproveitamento turístico*».

Tal como o conceito de cultura, o de turismo cultural também não é simples de definir:

«*One common understanding of cultural tourism is when the visits of tangible heritage sites represent the main component of the journey. Moved by esthetical, emotional, family or truly historical reasons, tourists have always travelled for the specific purpose of visiting the great monuments, sites and cultural landscapes of the World*».

(WTO, 2006: 47)

¹³⁴ A Lei nº 107/2001, de 8 de setembro estabelece as bases da política e do regime de proteção e valorização do património cultural português.

Admitindo-se que o enriquecimento da oferta turística equacionado com o desenvolvimento dos conteúdos tradicionais e da oferta cultural de uma região para além de contribuir para a recuperação e preservação desse património cultural, pode ser um fator relevante de diferenciação e de competitividade para o turismo regional uma vez que «*o sector do turismo e o sector cultural têm vindo a assumir um papel relevante na sociedade contemporânea e assumem-se como áreas estratégicas responsáveis pelo crescimento económico e social de muitos territórios*» (Batista e Ferreira, 2010: 514), urge apresentar o património cultural da Madeira, pela sua forte atratividade turística no contexto do turismo em espaço rural na Ilha, uma vez que «*cultura não é um facto residual ou neutro relativamente à economia. Ao invés, ela é uma parte integrante e pode mesmo constituir-se como um dos seus motores de desenvolvimento*» (Henriques, 2008a: 29).

Para uma melhor perceção por parte do leitor, optámos por recuar um pouco no tempo, sensivelmente à época do seu descobrimento oficial pela coroa Portuguesa.

Efetivamente, o conhecimento do arquipélago da Madeira é anterior ao século XV, na realidade a sua representação cartográfica remonta ao período entre 1351-1357, com o *Atlas Mediceo*, onde figuram as ilhas de *Porto Scto*, *I. Delo Legname*, *I. Deserte*. O arquipélago das Selvagens aparece pela primeira vez, em 1375, na carta de Abraão Cresques, designado por *Insule Salvatges* (Vieira, 2001: 15).

No entanto, a descoberta oficial do arquipélago da Madeira remonta ao século XV, mais precisamente aos anos de 1418/1419, preconizada pelos navegadores portugueses João Gonçalves Zarco e Tristão Vaz Teixeira. Numa primeira viagem foi encontrada a ilha de Porto Santo (1418) e um ano mais tarde, no dia 1 de julho, numa segunda viagem aportaram na ilha da Madeira (1419):

«De acordo com o texto de Gaspar Frutuoso, o descobrimento da ilha da Madeira teve lugar a 1 de Julho de 1419, desembarcando os portugueses na baía de Machico no dia seguinte, festa da Visitação de Santa Isabel. Esta é considerada a versão oficial, porque conquistou a aprovação madeirense que a estabeleceu como o marco para definir o Dia da Região Autónoma».

(Vieira, 2001: 17)

A legitimação da posse portuguesa foi efetuada quer pelo Infante D. Henrique, quer pelo rei D. João II, embora exista alguma diversidade de versões contrárias à da Coroa Portuguesa. Segundo os historiadores Gaspar Frutuoso e Francisco Alcoforado as

viagens de descoberta ocorreram nos anos anteriormente mencionados. Teses mais recentes apontam para os anos 1419/1420:

«Para os cronistas tudo começou no Verão de 1420 com a expedição comandada por João Gonçalves Zarco que tinha como objectivo dar início à ocupação da Ilha. Acompanhavam-no Tristão Vaz, Bartolomeu Perestrelo e alguns homiziados que “queriam biscar vida e ventura foram muitos, os mais deles do Algarve”, segundo afirmam Jerónimo Dias Leite e Gaspar Frutuoso».

(Vieira, 2001: 20)

As ilhas encontravam-se completamente desabitadas tendo o seu processo de povoamento e colonização ocorrido na década de 20 do século XV, a cargo do Infante D. Henrique, coadjuvado por três navegadores. Concluído o processo de distribuição das terras, o arquipélago foi dividido em três capitânias: a do Funchal que foi entregue a João Gonçalves Zarco, a de Machico cedida a Tristão Vaz Teixeira e a de Porto Santo ficou na posse de Bartolomeu Perestrelo. Conforme já referimos anteriormente, a orografia da Ilha influenciou, numa primeira fase, a localização dos núcleos populacionais na costa sul, distribuídos essencialmente por Machico, Santa Cruz, Funchal, Câmara de Lobos, Ribeira Brava, Ponta do Sol e Calheta. (Vieira, 2001: 21).

A distribuição de terras que ocorreu logo após a segunda viagem, tendo seguido alguns procedimentos:

«Todas as doações de terras eram feitas de acordo com normas estabelecidas pela Coroa e seguiam o modelo definido para o repovoamento da Península. Aqui, para além da condição social do contemplado, das indicações, por vezes imprecisas, da área de cultivo e para erguer benfeitorias, estabelecia-se também o prazo para as arrotear. Outra condição imprescindível, para quem adquirisse o estatuto de povoador com posse de terras, consistia na obrigatoriedade de residência até cinco anos, no estabelecer casa e, para os solteiros, o necessário casamento. Isto revela que a distribuição de terras foi o principal meio de fomentar o povoamento das Ilhas».

(Vieira, 2001: 26-27)

Com o desenrolar deste processo, cedo se criaram municípios, paróquias e começaram a surgir os imóveis necessários ao progresso da sociedade. Uma característica intimamente associada à religiosidade do povo português e que ocorreu aquando do descobrimento do arquipélago foi proceder-se à tomada de posse do território em nome do Rei, sagrando-se o ato com a celebração de uma missa. Segundo os historiadores os primeiros imóveis a serem construídos na Ilha foram os de

arquitetura religiosa: «*O povoamento foi precedido pela construção de igrejas ou ermidas*» (Vieira, 2001: 72). Estes agiram como pontos de convergência para a fixação dos colonos, aparecendo nas suas imediações as primeiras habitações de madeira para abrigo dos madeirenses. Foi ao longo do século XV que se lançaram os alicerces para o desenvolvimento da arquitetura religiosa, civil, comercial, militar e outra que atualmente ilustram o panorama do património cultural da RAM.

O património cultural da Madeira, em especial no âmbito do turismo em espaço rural, deve ser entendido como um recurso turístico das localidades visitadas, pelo que «*[e]nhancement and conservation of local cultures, traditions and beliefs is also very important from a sustainable tourism development perspective*» (WTO, 2006: 73).

Por outro lado, numa perspetiva antropológica:

«[T]odo o turismo é cultural, por força da natureza do fenómeno. Tudo o que tenha a intervenção do Homem (sítios, paisagens, casas, sociabilidade, artefactos, tradições, práticas, comportamentos) cabe ao mundo da Cultura. Mas entende-se a necessidade de adjectivação: é preciso dar credibilidade e prestígio ao produto oferecido. O turismo cultural é uma modalidade que se centra, efectivamente nos recursos culturais. Ora, os recursos culturais não se limitam aos monumentos, ao património construído ou aos mitos e lendas do passado. Dizem respeito também aos estilos de vida, às práticas habituais e às actividades que sobreviveram, se adaptaram ou se reinventaram».

(Marujo e Ramos, 2008: 22-23)

Conforme já referimos no início deste capítulo, atendendo aos objetivos da presente investigação e ao elevado número de imóveis que compõem este património, não considerámos pertinente uma apresentação exaustiva dos mesmos. Optámos por caracterizar cada concelho sobretudo através dos seus imóveis classificados, atividades culturais e tradicionais. Os museus, o artesanato, a gastronomia e vinhos foram apresentados numa perspetiva global face à sua transversalidade nos concelhos da RAM.

Neste quadro e tendo por base o diploma legal que estabelece as bases da política e do regime de proteção e valorização do património cultural (Lei nº 107/2001, de 8 de setembro¹³⁵), os bens imóveis podem pertencer à categoria de monumento, conjunto ou sítio, podendo ser classificados como de interesse nacional, de interesse público ou de interesse municipal:

¹³⁵ Lei nº 107/2001, de 8 de Setembro, Assembleia da República (Diário da República Série I-A – Número 209 de 8 de Setembro de 2001).

- Interesse Nacional - «quando a respectiva protecção e valorização, no todo ou em parte, represente um valor cultural de significado para a Nação.» (ponto 4, art.º 15º);
- Interesse Público - «quando a respectiva protecção e valorização represente ainda um valor cultural de importância nacional, mas para o qual o regime de protecção inerente à classificação como de interesse nacional se mostre desproporcionado.» (ponto 5, art.º 15º);
- Interesse Municipal - «[aqueles] cuja protecção e valorização, no todo ou em parte, representem um valor cultural de significado predominante para um determinado município.» (ponto 6, art.º 15º).

Temos ainda de referir que no diploma legal anteriormente mencionado ficou explícito que os anteriores atos de classificação e inventariação, quer da administração central, quer da administração regional autónoma, se manteriam em vigor, independentemente das conversões que pudessem vir a sofrer (ponto 1, art.º 112º).

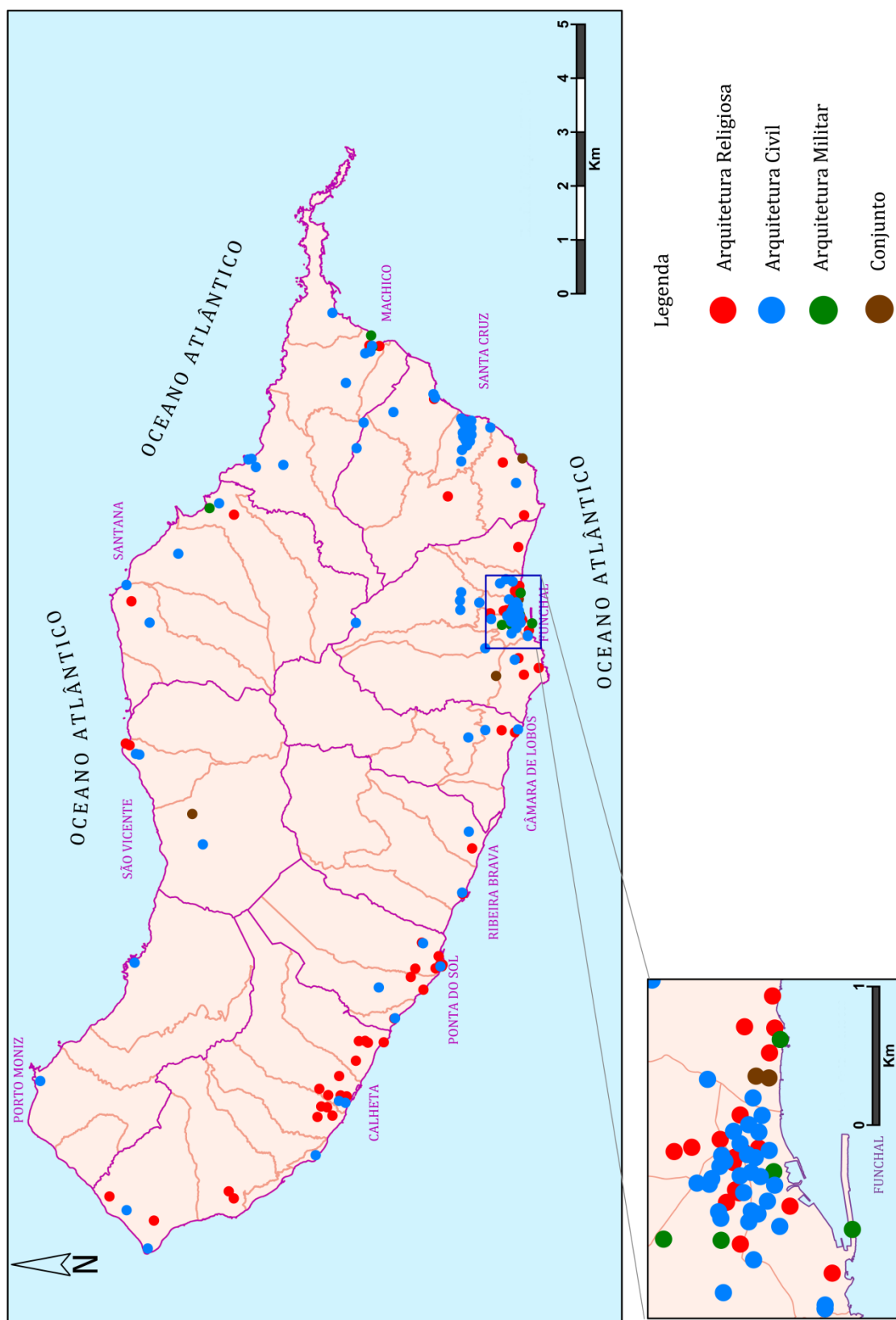
Na listagem dos imóveis classificados que nos foi cedida pela DRAC (2012) figuram dois bens imóveis com a classificação de «Valor Regional» e «Valor Cultural Regional», conforme disposto no ponto 1, art.º 26º, da Lei nº 13/85 de 6 de julho:

«As regiões autónomas e as assembleias municipais [...] podem classificar ou desclassificar como de valor cultural, [...] os bens culturais imóveis que, não merecendo classificação de âmbito nacional, tenham, contudo, assinalável valor regional ou municipal»¹³⁶.

Antes de prosseguirmos e para um melhor entendimento sobre a representatividade do património cultural na Madeira, convidamos o leitor a olhar para a figura que se segue, através da qual poderá aperceber-se da localização dos Imóveis Classificados na ilha da Madeira.

¹³⁶ Lei nº 13/85 de 6 de julho, Assembleia da República (Diário da República Série I – Número 153, de 6 de Julho de 1985).

Figura 43 – Património Cultural – Imóveis Classificados (ilha da Madeira)



Base cartográfica cedida pela Direção Regional do Ordenamento do Território e Ambiente.
Elaboração própria.

O património cultural de uma região encerra componentes, com dimensões tangíveis e intangíveis cuja importância é cada vez maior no desenvolvimento das políticas regionais do turismo. Neste contexto, em 2006, na “UNWTO *International Conference on Cultural Tourism and Local Communities*” retiraram-se algumas conclusões que importa referir:

«There is now increasing evidence that governments, organizations and communities have an understanding of the management of tangible heritage for tourism purposes. However, it was recognized that intangible heritage – which often presents more opportunities for local communities to achieve the benefits of tourism – is less well understood and more difficult to manage.

Tangible heritage at the local level was understood to consist of buildings, historic areas, historic houses, industrial heritage, cultural landscapes, building materials and handicrafts.

Intangible heritage at the local level was seen to include values, lifestyles, traditions, people observing people, ways of life, everyday activities religion/spiritual life, sense of community, social structures, and emotions. Festival and events were seen as essential parts of providing the visitor as well as the community resident with an understanding of the intangible elements of a community's life and culture.

(WTO, 2006: 8)

No que concerne a «herança intangível», isto é, as atividades culturais e tradicionais, serão apresentados calendários de eventos por concelho e como iremos verificar a grande maioria são eventos de cariz religioso, com preponderância para os denominados «Arraiais Madeirenses». As festas religiosas na Madeira não são exclusivamente de cariz religioso, estão ligadas à tradição e ao entretenimento, conjugando a parte litúrgica com os festejos pagãos: «*A festa é pretexto para muitos “brincos e folias”. Chegaram estas festas a merecer condenação eclesiástica e a ser proibidas nos adros das igrejas e capelas. Porém, o povo, sempre arreigado a esta devoção, encarregou-se de manter viva a tradição*» (Veríssimo, 1985: 9).

O culto pelo Santo(a) alia-se a uma ação ritual, a uma manifestação coletiva de cariz social e de ambiente festivo. Na maioria das festas religiosas a parte litúrgica precede uma procissão. O templo onde se realiza a festa, as ruas por onde passará a procissão e os seus arredores são iluminados e decorados com flores e bandeiras. O pavimento para a procissão é ricamente decorado com tapetes florais, que são a imagem de marca dos Arraiais Madeirenses:

«O tapete [...] que serpenteia o longo trajecto por onde passa a procissão, é também motivo de atracção. Não só para locais, mas também para forasteiros. [...] o tapete “corre os sítios de toda a freguesia” [...]. As verduras e as flores, são elementos essenciais na feitura destas “obras de arte”. “Nunca compramos nada” [...] manda a tradição que na quinta-feira que antecede o arraial, alguns elementos do grupo se desloque até à serra [...], onde vão “buscar as verduras”. Uma operação que é sempre feita nas vésperas da festa, sob pena de secar antes do tempo. Durante a noite e madrugada seguinte, “pica-se ou desfolha-se as verduras”, deixando-as devidamente preparadas para servir de base ao tapete floral. Entretanto no sábado, faz-se a recolha das flores, entre a família e vizinhos, “mas também há pessoas de fora do sítio, que oferecem” [...]. As “formas feitas no carpinteiro” são um contributo para a construção destes tapetes naturais, ficando os mesmos depois entregues à criatividade de cada um, através da decoração que as flores coloridas emprestam aos inúmeros desenhos que as próprias definem sobre o “manto verde” que serve de base. Nalguns casos autênticas obras de arte que muito contribuem para alegrarem o ambiente do acontecimento festivo. “Fazemos por gosto e por amor” [...]. “Faz parte da nossa tradição”, assinala com indisfarçável orgulho [uma das voluntárias que pertence a um dos grupos que criam os tapetes florais dos Arraiais Madeirenses]».

(DN, 8-VIII-2012: 4)

Quanto maior for o culto pelo Santo(a), maior será a festa da comunidade. Num artigo de um periódico local, o Diário de Noticias da Madeira, intitulado «Os Arraiais ainda estão na moda», ao inquirirem alguns madeirenses sobre as razões que os motivam a frequentar um Arraial Madeirense, foram focadas as seguintes:

«O convívio entre amigos e conhecidos que em muitos casos só se (re)encontram nestas ocasiões, associado ao divertimento que particularmente a animação musical também proporciona [...]. As festas populares servem também para “por a conversa em dia”, fazer “novas amizades” e, como não podia deixar de ser, “beber uns copos” [...]. O facto da maioria, mas sobretudo os jovens, habitualmente serem críticos no dia-a-dia da música de cariz mais popular, mas nos arraiais, não dispensam ver, ouvir e até dançar [...] que é o que mais atrai e faz mexer as multidões».

(DN, 27-VI-2012: 6)

Num cenário de maior culto, de grandiosa festa vivida pela comunidade, o ambiente festivo atinge o seu auge com barracas de «comes e bebes», música ao vivo, fogo-de-artifício e muita animação e, estamos perante um «Arraial Madeirense». Na realidade os arraiais madeirenses são festas religiosas que primam por uma animação popular superior às restantes. Considerando que «a exploração da cultura enquanto elemento distintivo de cada lugar é uma vantagem competitiva e relevante» (Batista e Ferreira, 2010: 516), os Arraiais Madeirenses são processos ideais para a transmissão

cultural e de sociabilização que o visitante procura, cujo grau de competitividade interessa incentivar. Estes eventos permitem uma melhor integração do visitante com a população local, com a identidade do povo madeirense, em particular através da sua música, da sua indumentária e da sua gastronomia e vinhos, uma vez que «*[a]s festas e arraiais são, muitas vezes, o momento por excelência de manifestação de muitos aspectos da cultura tradicional madeirense*» (Camacho, 1992: 31). Por outro lado, é internacionalmente reconhecido que as regiões deverão saber utilizar os «*festivals and other events to position the cultural tourism potential of their communities*» (WTO, 2006: 20).

Nos calendários de eventos apresentados não figuram alguns eventos culturais por se dirigirem a públicos específicos, nomeadamente exposições temporárias, peças de teatro, bailados, concertos, conferências, congressos, lançamento de livros e outros.

3.3.1 IMÓVEIS CLASSIFICADOS POR CONCELHO

Concelho de Calheta

Localizado entre o sul e o extremo oeste da ilha da Madeira. É delimitado a noroeste pelo concelho de Porto Moniz, a nordeste por São vicente, a oeste por Ponta do Sol e a sul e oeste pelo Oceano Atlântico.

Após a descoberta da ilha da Madeira, Gonçalves Zarco iniciou o reconhecimento da Ilha, por mar, começando pela costa sul. De acordo com uma descrição datado do século XVI, o historiador diz-nos que após o desembarque em Ponta do Sol:

«[C]orrendo a costa bem duas legoas sem achar onde desembarcar, foram dar em huma grande abra, onde desejosos de saber a terra, desembarcaram entre huns penedos, fazendo ali á mão hum desembarcadouro, a que o capitam poz nome Calheta, e sobre esta Calheta tomou huma lombada grande para seu filho João Gonçalves. E nesta mesma ribeira da Calheta para o Ponente tomou outra para sua filha Beatriz Gonçalves [...]. Neste lugar da Calheta, mais abaixo chegada a huma fermosa ribeira, se fundou a Villa, que tomou o nome de Calheta, a mais fértil de todas as da ilha, por ter mayor comarca. He esta villa tão nobre em seus moradores, como abastada pelos muitos e baratos mantimentos que nella se achão».

(Frutuoso, 1873: 86-69)

Foi uma das primeiras localidades a ser explorada em termos agrícolas e uma das mais antigas paróquias da Madeira. Possui diversos engenhos de açúcar, um dos quais ainda se encontra em funcionamento. Presentemente a economia deste concelho assenta no setor terciário (comércio tradicional, hotelaria e turismo), seguido pelo secundário na área das indústrias de serralharia civil, construção civil, panificação e laticínios. No setor primário, embora com relativo significado, sobressaem a agricultura e a pecuária (AAVV, 2013a).

Na atualidade é um dos municípios mais extensos da RAM (116 km²), com uma população residente de 11.521 habitantes (Censos 2011).

Ascendeu a concelho em 1502. É composto por oito freguesias: Arco da Calheta, Calheta, Estreito da Calheta, Jardim do Mar, Paúl do Mar, Prazeres, Fajã da Ovelha e Ponta do Pargo (Vieira, 2001: 64).

O feriado municipal, a 24 de junho, coincide com o dia de São João (Silva e Menezes, 1984).

Ao concelho da Calheta pertencem 23 monumentos classificados, sendo três de Interesse Público (IP) e os vinte restantes de Interesse Municipal (IM), de acordo com o seguinte quadro:

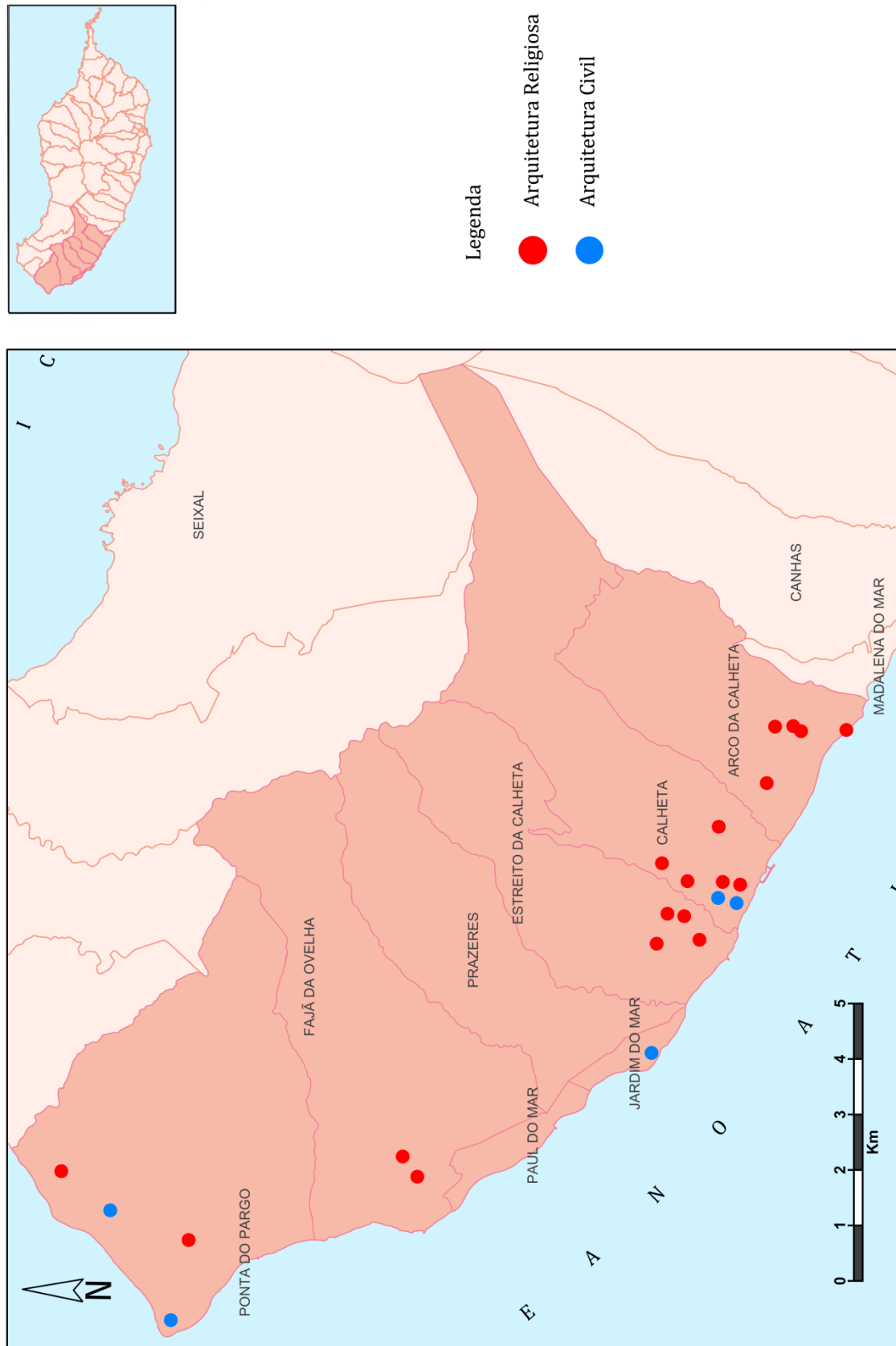
Quadro 59 – Imóveis Classificados no Concelho da Calheta

Freguesia	Imóvel	Categoria		Data	Tipologia
Arco da Calheta	Capela de Nossa Senhora do Loreto	Monumento	IP	29-IX-1977	Arquitetura Religiosa
	Capela de Nossa Senhora da Conceição	Monumento	IM	29-IX-1977	Arquitetura Religiosa
	Capela da Nossa Senhora da Nazaré	Monumento	IM	29-IX-1977	Arquitetura Religiosa
	Igreja de São Brás	Monumento	IM	29-IX-1977	Arquitetura Religiosa
	Capela de Nossa Senhora da Vida	Monumento	IM	18-VIII-1997	Arquitetura Religiosa
Calheta	Igreja do Espírito Santo	Monumento	IP	29-IX-1977	Arquitetura Religiosa
	Capela de Jesus, Maria e José	Monumento	IM	29-IX-1977	Arquitetura Religiosa
	Capela de Nossa Senhora do Bom Sucesso	Monumento	IM	29-IX-1977	Arquitetura Religiosa
	Capela de Santo António	Monumento	IM	29-IX-1977	Arquitetura Religiosa
	Capela de São Francisco Xavier	Monumento	IM	29-IX-1977	Arquitetura Religiosa
	Casa das Mudanças	Monumento	IM	29-IX-1977	Arquitetura Civil
	Quinta da Estrela	Monumento	IM	09-VIII-1996	Arquitetura Civil
Estreito da Calheta	Capela dos Reis Magos	Monumento	IP	26-IX-1940	Arquitetura Religiosa
	Capela de Nossa Senhora da Conceição	Monumento	IM	29-IX-1977	Arquitetura Religiosa
	Capela de Nossa Senhora do Livramento	Monumento	IM	29-IX-1977	Arquitetura Religiosa
	Igreja de Nossa Senhora da Graça	Monumento	IM	29-IX-1977	Arquitetura Religiosa
Fajã da Ovelha	Capela de São Lourenço	Monumento	IM	29-IX-1977	Arquitetura Religiosa
	Igreja de São João Baptista	Monumento	IM	29-IX-1977	Arquitetura Religiosa
Jardim do Mar	Quinta da Piedade	Monumento	IM	29-IX-1977	Arquitetura Civil
Ponta do Pargo	Capela de Nossa Senhora Boa Morte	Monumento	IM	29-IX-1977	Arquitetura Religiosa
	Igreja de São Pedro	Monumento	IM	29-IX-1977	Arquitetura Religiosa
	Farol da Ponta do Pargo	Monumento	IM	02-II-1999	Arquitetura Civil
	Solar da Ribeira da Vaca	Monumento	IM	09-III-1999	Arquitetura Civil

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pela DRAC (2012).

Das oito freguesias que compõem o concelho da Calheta, somente em duas, Paúl do Mar e Prazeres se verifica a não existência de imóveis classificados, conforme se poderá constatar através da figura seguinte.

Figura 44 – Imóveis Classificados – Concelho da Calheta



Base cartográfica cedida pela Direção Regional do Ordenamento do Território e Ambiente. Elaboração própria.

Concelho de Câmara de Lobos

O concelho de Câmara de Lobos localiza-se na costa sul da ilha da Madeira. Como limites, o município encontra-se entre os concelhos de Santana e São Vicente a norte, o concelho do Funchal a leste, o concelho da Ribeira Brava a oeste e o Oceano Atlântico a sul.

Aquando do reconhecimento inicial da Ilha por mar, Gonçalves Zarco, saindo do Funchal, após passar pela atual Ribeira dos Socorridos:

«Daqui passaram mais adiante até dar em huma rocha delgada á maneira de ponta baixa, que entra muito no mar; e entre esta rocha e outra fica hum braço de mar em remanso, onde a natureza fez huma grande lapa; ao modo de camara de pedra e rocha viva. Aqui se meteram com os bateis e acharam tantos lobos marinhos, que era espanto; e não foi pequeno refresco, e passa-tempo para a gente; porque mataram muitos deles, e tiveram na matança muito prazer e festa. Pelo que o capitam João Gonçalves deo nome a este remanso Camara de Lobos, donde tomou apelido, por ser a derradeira parte deste gyro e caminho, que fez».

(Frutuoso, 1873: 38-40)

As atividades económicas deste concelho são essencialmente a pesca e a agricultura (AAVV, 2013b). Desde início foi um dos principais centros piscatórios da Ilha, com especial relevo para a captura do peixe-espada preto (Silva e Menezes, 1984).

Apresenta uma área de aproximadamente 52 km² e uma população residente de 35.666 habitantes (Censos 2011).

Segundo alguns historiadores, Câmara de Lobos foi a primeira povoação criada na Madeira por João Gonçalves Zarco, sendo elevada a freguesia em 1430. O concelho foi criado em 1832, mas só instalado em 1835 e é composto por cinco freguesias: Câmara de Lobos, Estreito de Câmara de Lobos, Jardim da Serra, Curral das Freiras e Quinta Grande (Vieira, 2001: 64).

A 2 de Agosto de 1996, a vila de Câmara de Lobos ascendeu à categoria de cidade¹³⁷.

O feriado municipal é assinalado a 16 de Outubro.

¹³⁷ Decreto Legislativo Regional n.º 17/96/M, de 2 de Agosto, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Legislativa Regional (Diário da República Série I-A – Número 178, de 2 de Agosto de 1996).

Ao concelho de Câmara de Lobos pertencem cinco monumentos classificados, sendo um de Interesse Público (IP) e os quatro restantes de Interesse Municipal (IM), de acordo com o seguinte quadro:

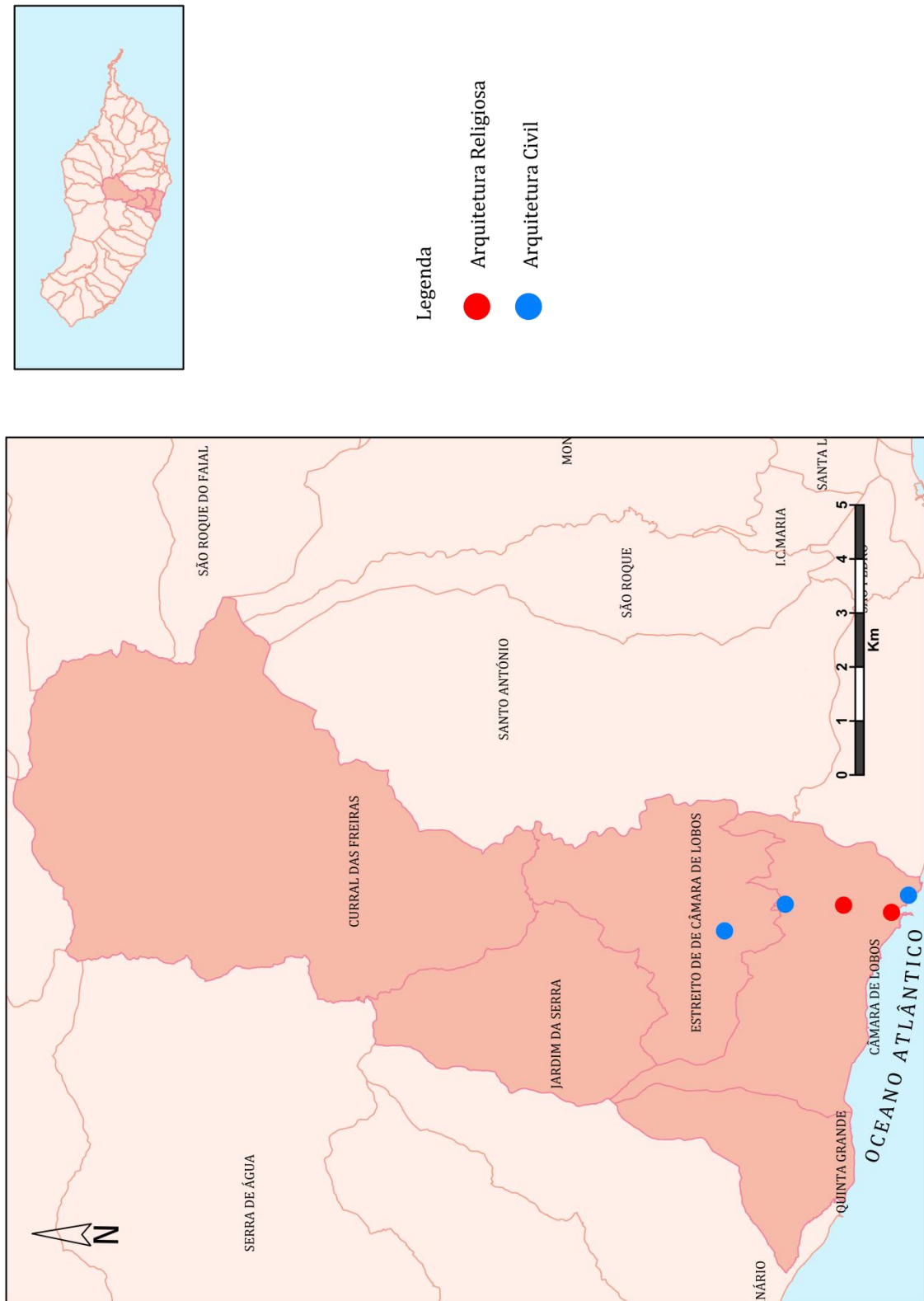
Quadro 60 – Imóveis Classificados no Concelho de Câmara de Lobos

Freguesia	Imóvel	Categoria		Data	Tipologia
Câmara de Lobos	Capela de Nossa Senhora da Conceição	Monumento	IM	27-X-1993	Arquitetura Religiosa
	Convento de São Bernardino	Monumento	IM	15-V-1996	Arquitetura Religiosa
	Forno da Cal	Monumento	IM	16-XI-1999	Arquitetura Civil
	Quinta de S. João e Capela da Sagrada Família	Monumento	IM	15-XII-1999	Arquitetura Civil
Estreito de C. de Lobos	Quinta da Graça	Monumento	IP	04-VII-2006	Arquitetura Civil

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pela DRAC (2012).

Das cinco freguesias que compõem o concelho de Câmara de Lobos, somente duas possuem imóveis classificados, de acordo com a figura seguinte.

Figura 45 – Imóveis Classificados – Concelho de Câmara de Lobos



Base cartográfica cedida pela Direção Regional do Ordenamento do Território e Ambiente. Elaboração própria.

Concelho de Funchal

O concelho do Funchal localiza-se na costa sul da Ilha. É delimitado pelos municípios Santana a norte, Santa Cruz e Machico a leste, Câmara de Lobos a oeste e o Oceano Atlântico a sul. As ilhas Selvagens fazem parte do município do Funchal, embora localizadas a cerca de 280 Km, a sul, da Madeira (AAVV, 2004: 91).

O concelho apresenta uma área de 76 Km² e uma população residente de 111.892 habitantes (cerca de 41,8% da população da RAM), sendo o concelho mais densamente povoado da Região, com cerca de 1.469 hab/Km² (Censos 2011).

Segundo Gaspar Frutuoso, a primeira imagem que os descobridores da Ilha tiveram do Funchal, foi realmente muito agradável:

«Chegados ao fermoso valle, viram que de lizos e alegres seixos era coberto, sem haver outro genro de arvoredo senão muito funcho, que o cobria até o mar por bom espaço: e sahiam deste deleitosos valle ao mar três grandes e frescas ribeiras, ainda que não tão soberbas na aparência como a de Machico; eram porém muito fermosas, por todas virem acabar no mar sahidas do valle. E pelo muito funcho que nelle o capitam achou, lhe poz nome o Funchal (onde depois fundou huma villa deste nome, que já neste tempo he huma nobre e sumptuosa cidade)».

(Frutuoso, 1837: 39)

O concelho do Funchal teve a sua origem aquando do povoamento da Madeira. Dada a rapidez da sua prosperidade, em 1425, D. Afonso V elevou-o à categoria de vila, tendo ascendido a sede de concelho, provavelmente em 1451 (Vieira, 2001: 64).

D. Manuel I, em Carta Régia, a 21 de Agosto de 1508, elevou a vila do Funchal à categoria de cidade. A cidade do Funchal é a capital da RAM. Foi a primeira cidade criada por portugueses no Oceano Atlântico (Silva e Menezes, 1984).

«O progresso do Funchal foi rápido. De vila passou a cidade e sede de primeiro bispado e, depois arcebispado das terras atlânticas portuguesas. Tudo isto levou a que no terreno evoluíssem o traçado urbanístico e a construção de imponentes edifícios. As palhotas, dispostas de modo anárquico, deram lugar a casas assoalhadas, alinhadas ao longo de arruamentos paralelos à costa e em torno da praça que domina o templo religioso».

(Vieira, 2001: 101)

No primeiro quartel do século XIX, o Funchal estava numa fase de forte desenvolvimento urbanístico, embora evidenciasse algumas dificuldades na segurança dos seus portos, situação que na atualidade se encontra ultrapassada:

«O Funchal é a capital da Ilha. Fundada em pequeno terreno é cortado por 3 caudalosas ribeiras, a de S. Paulo, St^a Luzia, e a de João Gomes. É dominada de altos montes a Norte, a Leste, os altos do Palheiro Ferreiro, e a Oeste pelo Pico de S. João e terreno das Angústias, terreno este onde se tem projectada a nova Cidade, e onde se tem edificado muitas casas [...]. A Baía do Funchal tem um bom ancoradouro. Nos meses de Inverno, todo o navio que ancorar entre a Ponta do Garajau e Ponta da Cruz, corre o risco de dar à costa, uma vez que venha vento Sul ou sudoeste, únicos que sopram perpendicularmente ao porto. [...] Ao oeste da cidade a pouco mais de meia légua, há uma magnífica Praia Formosa, muito favorável a um desembarque».

(Carita, 1982: 57-59)

Presentemente, as atividades económicas deste concelho são essencialmente: comércio, turismo, restauração, oficinas de mecânica, agricultura, hotelaria, serviços, indústria e construção civil. A cidade oferece múltiplas atividades culturais e de lazer, incluindo variados monumentos e museus (AAVV, 2013c).

É um dos concelhos mais antigos da RAM e encontra-se dividido em 10 freguesias: Imaculado Coração de Maria, Monte, Santa Luzia, Santa Maria Maior, Santo António, São Gonçalo, São Martinho, São Pedro, São Roque e Sé (Vieira, 2001: 64).

O feriado municipal é assinalado a 21 de agosto.

Ao concelho de Funchal pertencem 74 monumentos classificados, sendo seis Monumentos Nacionais (MN), 34 de Interesse Público (IP), 31 de Interesse Municipal (IM), dois de Valor Cultural Regional (VCR) e um de Valor Regional (VR), de acordo com o seguinte quadro:

Quadro 61 – Imóveis Classificados no Concelho do Funchal

Freguesia	Imóvel	Categoria		Data	Tipologia
Funchal	Troços da Antiga Muralha da Cidade	Monumento	IM	29-VII-2004	Arquitetura Civil
Imaculado Coração de Maria	Capela de Nossa Senhora da Consolação	Monumento	VCR	04-X-1990	Arquitetura Religiosa
	Quinta do Til	Monumento	IM	01-VI-1999	Arquitetura Civil
Monte	Colégio do Infante	Monumento	IM	03-II-1995	Arquitetura Civil
	Quinta do Monte	Monumento	IP	18-XI-1996	Arquitetura Civil
	Quinta da Lombada	Monumento	IP	10-VII-1998	Arquitetura Civil
	Poço da Neve	Monumento	IM	05-VIII-1998	Arquitetura Civil
	Quinta Mirabela	Monumento	IP	11-XII-2001	Arquitetura Civil
Santa Luzia	Igreja da Encarnação	Monumento	IP	26-IX-1940	Arquitetura Religiosa
	Recolhimento e Capela do Bom Jesus	Monumento	IP	04-X-1990	Arquitetura Religiosa
	Igreja de Santa Luzia	Monumento	IP	27-X-1993	Arquitetura Religiosa

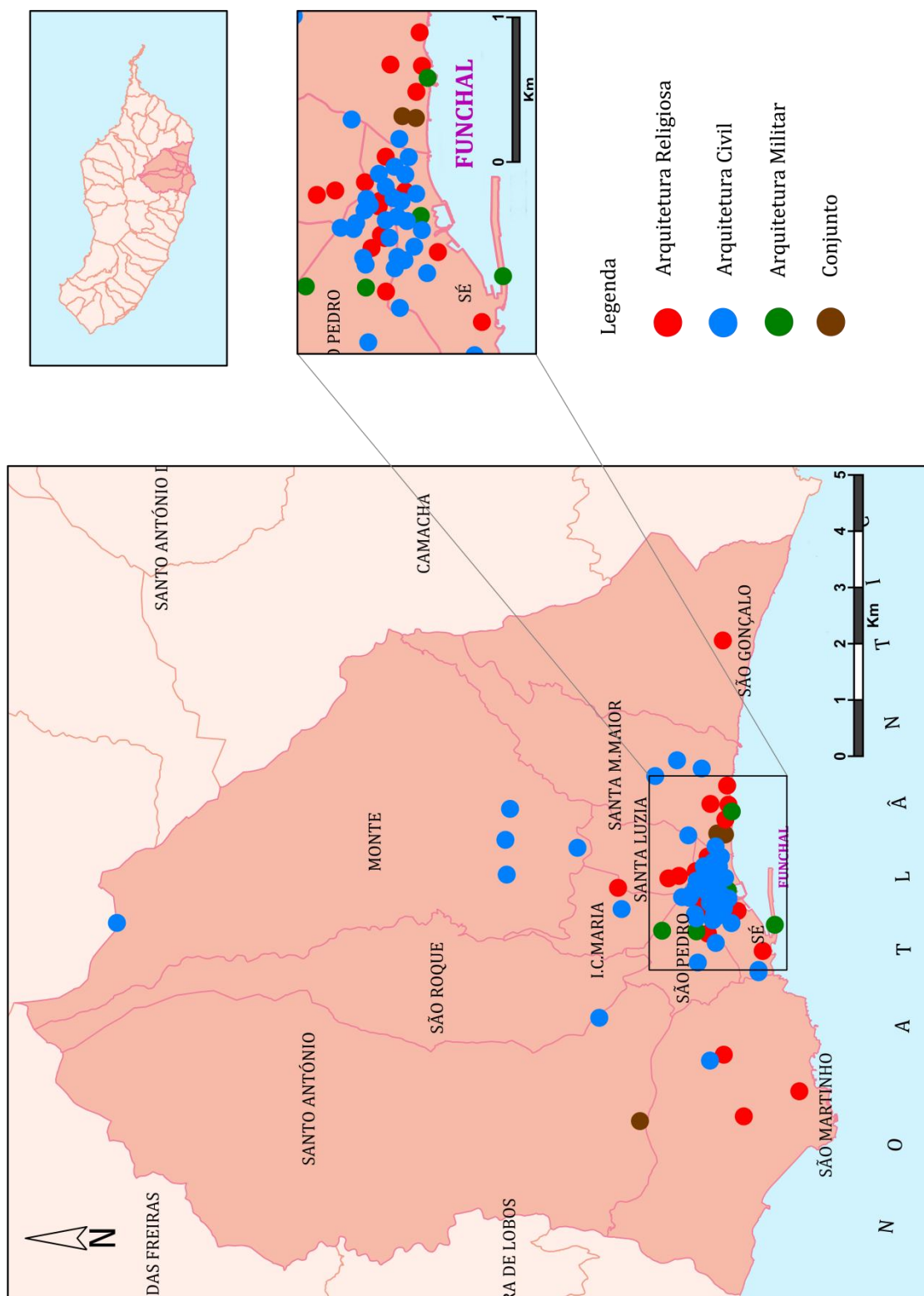
	Capela da Sagrada Família e Quinta do Descanso	Monumento	IP	23-V-2007	Arquitetura Religiosa e Civil
Santa Maria Maior	Forte de Santiago	Monumento	IP	26-IX-1940	Arquitetura Militar
	Capela do Corpo Santo	Monumento	IP	26-IX-1940	Arquitetura Religiosa
	Capela de São Filipe	Monumento	IP	05-VII-1962	Arquitetura Religiosa
	Zona Velha da Cidade	Conjunto	VR	02-X-1986 e 09-X-1986	Conjunto
	Igreja do Socorro	Monumento	IP	27-X-1993	Arquitetura Religiosa
	Mercado dos Lavradores	Monumento	IM	27-X-1993	Arquitetura Civil
	Cemitério Israelita	Monumento	IM	30-XII-1993	Arquitetura Religiosa
	Quinta do Alto	Monumento	IM	09-II-1998	Arquitetura Civil
	Quinta e Capela do Faial	Monumento	IP	20-VI-2006	Arquitetura Civil e Religiosa
	Imóveis n.ºs 33-A, 34, 35 da Rua dos Barreiros	Conjunto	IP	15-XII-2006	Conjunto
Santo António	Torre do Capitão e Capela de Santo Amaro	Conjunto	IP	11-IV-1995	Conjunto
	Capela de Nossa Senhora do Amparo	Monumento	IM	15-VII-2004	Arquitetura Religiosa
São Gonçalo	Capela de Nossa Senhora das Neves	Monumento	IM	19-X-1994	Arquitetura Religiosa
São Martinho	Capela de Nossa Senhora da Nazaré	Monumento	IP	26-IX-1940	Arquitetura Religiosa
	Capela de Nossa Senhora da Ajuda	Monumento	IM	09-VI-1994	Arquitetura Religiosa
	Quinta Avista Navios	Monumento	IM	03-II-1995	Arquitetura Civil
	Capela de Nossa Senhora do Amparo	Monumento	IM	03-07-2009	Arquitetura Religiosa
São Pedro	Pelourinho	Monumento	IP	11-X-1933	Arquitetura Civil
	Igreja e Mosteiro de Santa Clara	Monumento	MN	18-VIII-1943	Arquitetura Religiosa
	Quinta das Cruzes	Monumento	IP	28-VI-1947	Arquitetura Civil
	Igreja de São João Evangelista	Monumento	MN	26-IX-1940	Arquitetura Religiosa
	Capela de São Paulo	Monumento	IP	26-IX-1940	Arquitetura Religiosa
	Forte de São João Baptista	Monumento	IP	26-IX-1940	Arquitetura Militar
	Palácio de São Pedro	Monumento	IP	27-X-1993	Arquitetura Religiosa
	Igreja de São Pedro	Monumento	IP	27-X-1993	Arquitetura Religiosa
	Paio Militar do Funchal	Monumento	IM	05-XI-1997	Arquitetura Militar
	Instituto do Vinho da Madeira	Monumento	IM	09-X-1997	Arquitetura Civil
	Colégio dos Jesuítas	Monumento	IP	12-X-1998	Arquitetura Religiosa
	Quinta Florença	Monumento	IM	02-II-1999	Arquitetura Civil
	Casa Tomaszewski	Monumento	IM	09-III-1999	Arquitetura Civil
	Palacete dos Barões de São Pedro	Monumento	IM	23-III-1999	Arquitetura Civil
	Quinta da Ribeira	Monumento	IM	01-VI-1999	Arquitetura Civil
	Residência Dr. Luís da Câmara Pestana	Monumento	IM	16-II-2000	Arquitetura Civil
	Fontenário do Torreão	Monumento	IM	16-II-2000	Arquitetura Civil
	Palacete da Rua da Mouraria, n.ºs 34 a 42	Monumento	IP	27-VI-2001	Arquitetura Civil
	Casa dos Perestrelos e Franças/Edifício da Cruz Vermelha	Monumento	IP	24-VIII-2005	Arquitetura Civil
	Ateneu Comercial do Funchal	Monumento	IP	03-X-2006	Arquitetura Civil
Sé	Sé do Funchal	Monumento	MN	23-VI-1910	Arquitetura Religiosa
	Palácio de São Lourenço	Monumento	MN	26-IX-1940	Arquitetura Militar
	Casa da Alfândega	Monumento	MN	26-IX-1940	Arquitetura Civil
	Casa Dona Mécia	Monumento	IP	26-IX-1940	Arquitetura Civil
	Paço Episcopal e Capela anexa	Monumento	MN	26-IX-1940	Arquitetura Religiosa
	Palácio de Torre Bela	Monumento	IP	26-IX-1940	Arquitetura Civil
	Palácio dos Cônsules	Monumento	IP	26-IX-1940	Arquitetura Civil
	Palácio dos Ornelas	Monumento	IP	26-IX-1940	Arquitetura Civil
	Forte do Ilhéu	Monumento	IP	26-IX-1940	Arquitetura Militar
	Museu Vicentes	Monumento	IP	06-II-1991	Arquitetura Civil
	Capela de Santa Catarina	Monumento	VCR	06-V-1991	Arquitetura Religiosa
	Fontenário do Largo de António Nobre	Monumento	IM	30-XII-1993	Arquitetura Civil
	Teatro Baltazar Dias	Monumento	IP	27-X-1993	Arquitetura Civil
	Palácio da Marconi	Monumento	IM	07-III-1995	Arquitetura Civil
	Taverna Real	Monumento	IM	12-II-1996	Arquitetura Civil
	Mosteiro Novo	Monumento	IM	07-IX-1998	Arquitetura Religiosa
	Farmácia Portuguesa	Monumento	IM	02-II-1999	Arquitetura Civil
	Passo Processional	Monumento	IM	09-III-1999	Arquitetura Civil
	Capela de Nossa Senhora da Penha de França	Monumento	IM	08-VI-1999	Arquitetura Religiosa
	Solar dos Canaviais	Monumento	IM	29-III-2000	Arquitetura Civil

	Solar e Capela de Nossa Senhora da Conceição	Monumento	IM	04-IV-2000	Arquitetura Civil
	Jardim de António Nobre	Monumento	IM	04-VII-2000	Arquitetura Civil
	Madeira Wine	Monumento	IP	30-VII-2002	Arquitetura Civil
	Hospício Princesa D. Amélia	Monumento	IP	24-VIII-2005	Arquitetura Civil

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pela DRAC (2012).

Em todas as freguesias do concelho do Funchal existem imóveis classificados, embora a maior representatividade se encontre nas freguesias da Sé e de S. Pedro.

Figura 46 – Imóveis Classificados – Concelho de Funchal



Base cartográfica cedida pela Direção Regional do Ordenamento do Território e Ambiente. Elaboração própria.

Concelho de Machico

O concelho de Machico ocupa um espaço particular na História da Madeira. Foi na praia de Machico que João Gonçalves Zarco e Tristão Vaz Teixeira desembarcaram pela primeira vez na Ilha, oficializando o seu descobrimento no primeiro quartel do século XV:

«Havia fama entre os mareantes que desta ilha do Porto Santo parecia um negrume mui grande e mui escuro [...]. Corremos com bom tempo direito ao negrume, e cada vez nos parecia maior e mais alto [...]. Para aquela banda do nascente [...] vimos o mar mais claro e vimos por entre a névoa uma ponta a que o Capitão logo chamou de São Lourenço. Dobrada aquela ponta para a banda do Sul, vimos uma terra toda coberta de arvoredos até o mar, e daquela banda a névoa não descia do cume da terra para baixo, vendo o que era, houvemos todos muito prazer [...] determinou sair em terra e levar consigo dois padres que trazia, saindo em terra deu graças a Deus [...] foi a primeira missa que se disse que foi em dia da Visitação de S. Isabel».

[Relação de Francisco Alcoforado, pp. 46-48 (adaptado), cit. em Fernandes, 1984: 22]

Machico localiza-se no extremo oriente da ilha da Madeira, tendo como concelhos limítrofes: a sudoeste Santa Cruz, a oeste Funchal, a noroeste Santana, sendo banhado pelo Oceano Atlântico a norte, sul e leste.

Gaspar Frutuoso ofereceu-nos uma descrição de Machico deveras aliciante:

«[A] villa, que he a boca de huma fermosa e mui crecida ribeira, ao longo da qual a mesma vila está situada; faz terra huma grande enseada, com duas pontas, cuja boca terá hum quarto de legoa de largo, e de barra para dentro estão huns baixos ao meyo da enseada, sobre hum dos quaes (que de maré vazia descobre parte delle) está alvorada huma cruz por marca, com que se desvião os navios, para que entrando no porto não vão dar nelles. Este porto de Machico, alem da grande majestade que tem (como já tinha dito), he muito bom com todos os ventos, por ser a terra de huma e de outra parte muito alta; e como começo os navios a entrar da barra para dentro, ficão como em hum manso rio, salvo quando abóca por ella o Les-sueste. Que então, se he muito rijo, não podem sair para fora, e convem amarrar-se bem, porque, se se desamarrão, não tem remedio senão enxurrar pela ribeira acima, e enfiarse com ella, como já aconteceu muitas vezes. [...] terra de quinhentos até seiscentos fogos, e huma fermosa igreja, mui bem ornada com ricos ornamentos, entre os quaes há huma rica charola, mais fresca e de mais obra que a da Cidade do Funchal, ainda que mais pequena, em que levão o Sanctissimo Sacramento na procissão que se faz no Dia do Corpo de Deos.»

(Frutuoso, 1873: 77)

A pesca e a agricultura são as principais atividades económicas. Encontramos portos de pesca nas freguesias de Machico e Caniçal e zonas agrícolas na freguesia do Porto da Cruz, onde a cultura da vinha é a mais relevante (AAVV, 2013d).

O concelho apresenta uma área de aproximadamente 68 Km² e uma população residente de 21.828 habitantes (Censos 2011).

Em 1451 (?) ascendeu a concelho por outorgamento de D. Manuel I, sendo composto atualmente por cinco freguesias: Porto da Cruz, Caniçal, Machico, Santo da Serra e Água de Pena (Vieira, 2001: 64).

Machico ascendeu a vila na segunda metade do século XV (Silva e Menezes, 1984), sendo elevada a cidade a 2 de Agosto de 1996¹³⁸.

O feriado municipal é assinalado a 9 de outubro.

Ao concelho de Machico pertencem 14 monumentos classificados, sendo seis de Interesse Público (IP) e oito de Interesse Municipal (IM), de acordo com o seguinte quadro:

Quadro 62 – Imóveis Classificados no Concelho de Machico

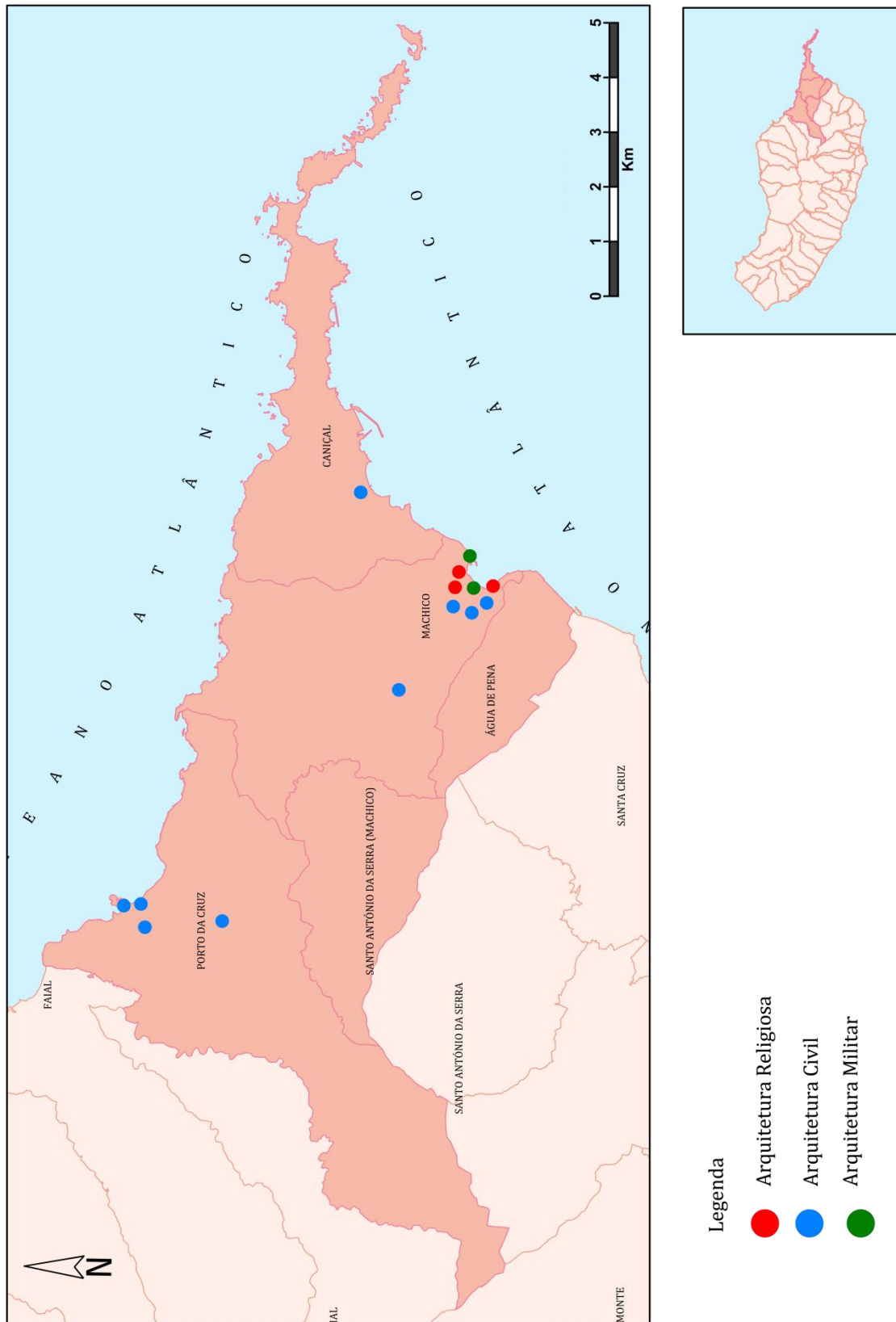
Freguesia	Imóvel	Categoria		Data	Tipologia
Caniçal	Ponte no Sítio da Ribeira Natal	Monumento	IM	30-VI-2000	Arquitetura Civil
Machico	Forte de São João	Monumento	IP	26-IX-1940	Arquitetura Militar
	Igreja de Nossa Senhora da Conceição	Monumento	IP	26-IX-1940	Arquitetura Religiosa
	Capela do Senhor dos Milagres	Monumento	IP	26-IX-1940	Arquitetura Religiosa
	Capela de São Roque	Monumento	IP	26-IX-1940	Arquitetura Religiosa
	Forte de Santo Amaro	Monumento	IP	26-IX-1940	Arquitetura Militar
	Aqueduto de Machico	Monumento	IM	04-IV-1997	Arquitetura Civil
	Solar de São Cristóvão	Monumento	IM	10-VII-1998	Arquitetura Civil
	Solar do Ribeirinho	Monumento	IM	31-XII-1998	Arquitetura Civil
Porto da Cruz	Mercado Municipal de Machico	Monumento	IM	26-VI-2001	Arquitetura Civil
	Engenho Cana-de-açúcar	Monumento	IM	03-II-1995	Arquitetura Civil
	Casa da Capela	Monumento	IM	03-II-1995	Arquitetura Civil
	Quinta da Jangalinha	Monumento	IP	10-I-2001	Arquitetura Civil
	Praça Velha	Monumento	IM	05-VII-2001	Arquitetura Civil

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pela DRAC (2012).

Das cinco freguesias do concelho de Machico só não existem imóveis classificados em duas.

¹³⁸ Decreto Legislativo Regional n.º 15/96/M, de 2 de Agosto, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Legislativa Regional (Diário da República Série I-A – Número 178, de 2 de Agosto de 1996).

Figura 47 – Imóveis Classificados – Concelho de Machico



Base cartográfica cedida pela Direção Regional do Ordenamento do Território e Ambiente. Elaboração própria.

Concelho de Ponta do Sol

O concelho de Ponta do Sol situa-se na costa sul da Madeira. É limitado pelos municípios de S. Vicente e Porto Moniz, a norte; Calheta a oeste, Ribeira Brava a leste e pelo Oceano Atlântico a sul (Silva e Menezes, 1984).

Segundo Gaspar Frutuoso, após ter passado na Ribeira Brava, Gonçalves Zarco, encontrou a Ponta do Sol:

«Aqui se tornou o capitam a meter nos bateis, e chegou a huma ponta que se faz abaixo huma legoa, e entra muito no mar; e, porque na rocha que está sobre a ponta se enxerga de longe e se vê claro huma vea redonda na mesma rocha com huns rayos que parece sol, deolhe nome o capitam a Ponta do Sol; onde também traçou uma vila, que depois se fundou, a primeira da sua jurisdição. [...] a Villa de Ponta do Sol, que se chama assi, por ter huma ponta ao Ocidente da villa que tem o parecer que já dice, aonde também dá o Sol primeiro na villa quando nace. Tem esta villa como quinhentos fogos e boa igreja; he povoada de gente nobre, por ser das mais antigas da ilha; mas os vinhos não são tão bons como são os do Funchal.»

(Frutuoso, 1837: 68, 95)

As atividades económicas deste concelho concentram-se essencialmente no setor terciário (onde predomina uma aposta recente no desenvolvimento do setor dos serviços, em especial na abertura de restaurantes, bares e cafés), seguido pelo secundário, relevando-se a indústria de mobiliário e panificação. No primário, destaca-se a agricultura com predomínio no cultivo da batata, de culturas hortícolas extensivas, na horta familiar, nos frutos subtropicais (banana) e na vinha (AAVV, 2013e).

É considerado o concelho mais quente da Madeira, onde anualmente o Sol brilha durante um maior número de horas.

O Concelho apresenta uma área aproximada de 46 Km² e uma população residente de 8.862 habitantes (Censos 2011).

De acordo com a História da Madeira, em 1501, por alvará de D. Manuel, o lugar de Ponta do Sol foi elevado à categoria de vila e, a povoação a concelho municipal. No início do século XIX, o desenvolvimento da Ponta do Sol ainda apresentava algumas lacunas:

«[F]undada entre altos rochedos, passando-lhe pelo centro uma grande ribeira. Tem uma boa paróquia e a magnífica capela da Lombada pertencente e João de Carvalhal e desta é que se administram os sacramentos aos povos do lugar de baixo. O porto de mar é mau e só serve para

os barcos pertencentes à mesma vila. [...] a casa da Câmara se acha toda arruinada. [...] Da paróquia da Atalaia até à vila da Ponta do Sol é uma légua e meia, e pela estrada gastam-se duas horas, por serem péssimos os caminhos».

(Carita, 1982: 62-63)

Atualmente o concelho é composto por três freguesias: Ponta do Sol (sede do concelho), Canhas e Madalena do Mar (Vieira, 2001: 64).

O feriado municipal é celebrado no dia 8 de setembro.

Ao concelho de Ponta do Sol pertencem 14 monumentos classificados, sendo três de Interesse Público (IP) e 11 de Interesse Municipal (IM), de acordo com o seguinte quadro:

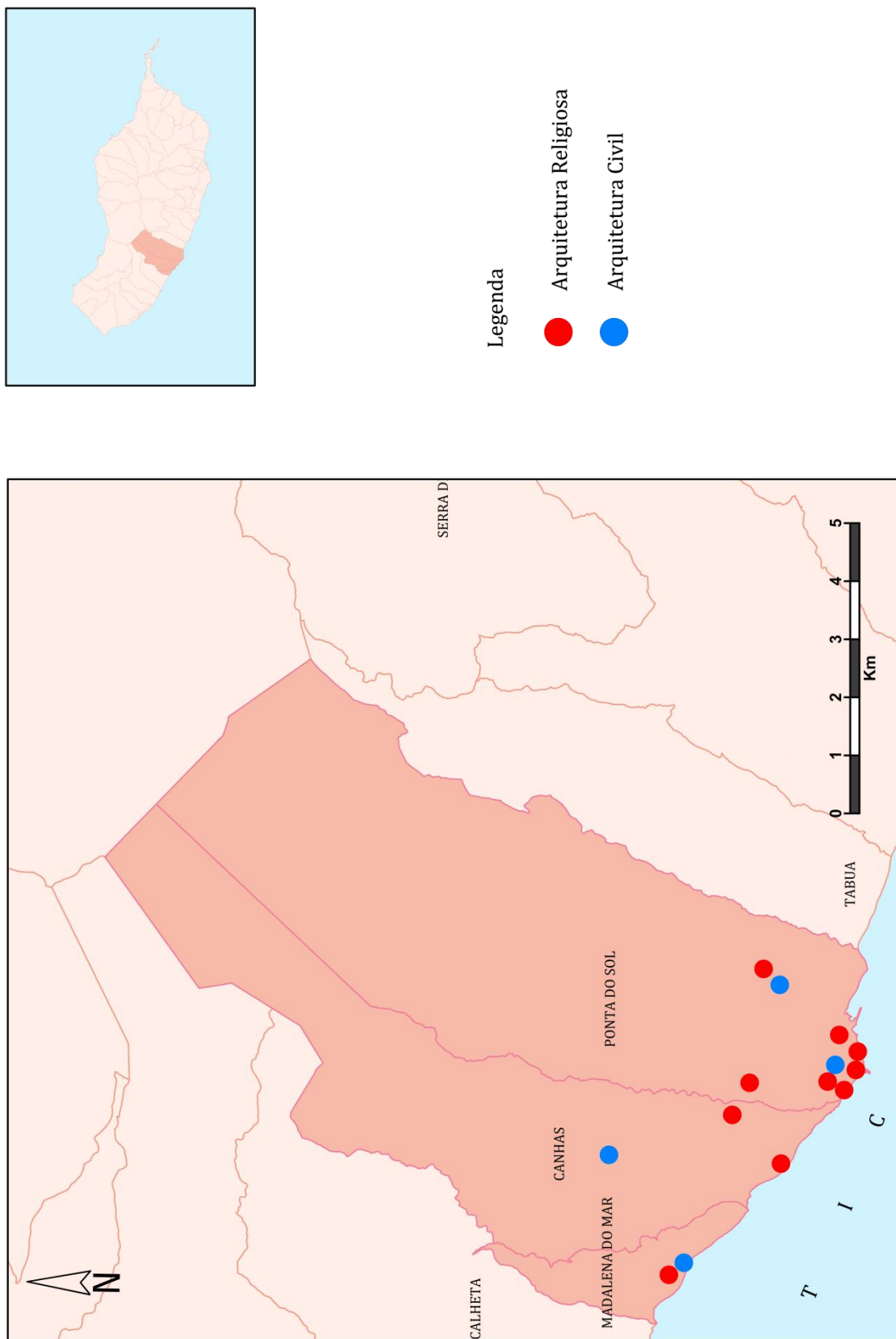
Quadro 63 – Imóveis Classificados no Concelho de Ponta do Sol

Freguesia	Imóvel	Categoria		Data	Tipologia
Canhas	Igreja de Nossa Senhora da Piedade	Monumento	IM	29-IX-1977	Arquitetura Religiosa
	Capela de Nossa Senhora dos Anjos	Monumento	IM	12-IX-1978	Arquitetura Religiosa
	Relógio de Água	Monumento	IM	10-XII-1998	Arquitetura Civil
Madalena do Mar	Igreja de Santa Maria Madalena	Monumento	IM	29-IX-1977	Arquitetura Religiosa
	Casa da Madalena do Mar	Monumento	IM	03-II-1995	Arquitetura Civil
Ponta do Sol	Igreja de Nossa Senhora da Luz	Monumento	IP	26-IX-1940	Arquitetura Religiosa
	Capela do Espírito Santo	Monumento	IP	29-IX-1977	Arquitetura Religiosa
	Casa dos Esmeraldos	Monumento	IP	29-IX-1977	Arquitetura Civil
	Capela de Nossa Senhora do Livramento	Monumento	IM	29-IX-1977	Arquitetura Religiosa
	Capela de Santo Amaro	Monumento	IM	29-IX-1977	Arquitetura Religiosa
	Capela de Santo António e Casa dos Azevedos	Conjunto	IM	29-IX-1977	Arquitetura Religiosa
	Capela de São João Baptista	Monumento	IM	29-IX-1977	Arquitetura Religiosa
	Capela de São Sebastião	Monumento	IM	29-IX-1977	Arquitetura Religiosa
	Vila Passos	Monumento	IM	23-VI-1997	Arquitetura Civil

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pela DRAC (2012).

Em todas as freguesias do concelho de Ponta do Sol existem imóveis classificados.

Figura 48 – Imóveis Classificados – Concelho de Ponta do Sol



Base cartográfica cedida pela Direção Regional do Ordenamento do Território e Ambiente. Elaboração própria.

Concelho de Porto Moniz

O concelho de Porto Moniz localiza-se na costa norte da Madeira. É delimitado a norte pelo Oceano Atlântico, a leste pelo concelho de S. Vicente, a sudoeste pela Calheta e a sul pela Ponta do Sol (Silva e Menezes, 1984):

«O Nordeste da Madeira era mais conhecido por Ponta do Tristão, abrangendo uma região que ia muito para além dessa ponta, incluindo o actual Porto Moniz, antes chamado Janela de Clara [...]. O papel da nobreza rural no povoamento dessa região foi essencial. Porto do Moniz ou Porto Moniz deve o nome precisamente a um desses nobres empenhados na valorização económica das terras virgens que a família tinha recebido da sesmaria do primeiro capitão donatário de Machico».

(Sousa, 1985: 182)

Na época do povoamento, a economia deste concelho estava ancorada na criação de gado, na plantação de cereais e na extração de madeiras. Ao longo dos séculos sofreu alterações, a partir do século XVIII a vitivinicultura passou a ser a atividade principal. Atualmente apresenta uma economia diversificada, apoiada nas atividades do setor primário e com um forte relevo para o progresso do setor turístico, em especial na hotelaria e na restauração (AAVV, 2013f).

Inicialmente esta localidade pertenceu ao concelho de Machico. Em meados do século XVIII passou a pertencer ao concelho de São Vicente e somente no reinado de D. Maria II, em 1835, foi elevada à categoria de concelho. Durante o século XIX o concelho foi extinto e reinstaurado três vezes, datando a última (re)instauração de 1898 (Silva e Menezes, 1984). Presentemente o concelho é composto por quatro freguesias: Achadas da Cruz, Porto Moniz (sede do concelho), Ribeira da Janela e Seixal (Vieira, 2001: 64).

Apresenta uma área de 83 Km² e uma população residente de 2.711 habitantes (Censos 2011).

O feriado municipal é celebrado a 22 de julho.

Ao concelho de Porto Moniz pertencem dois monumentos classificados, ambos de Interesse Municipal (IM), de acordo com o seguinte quadro:

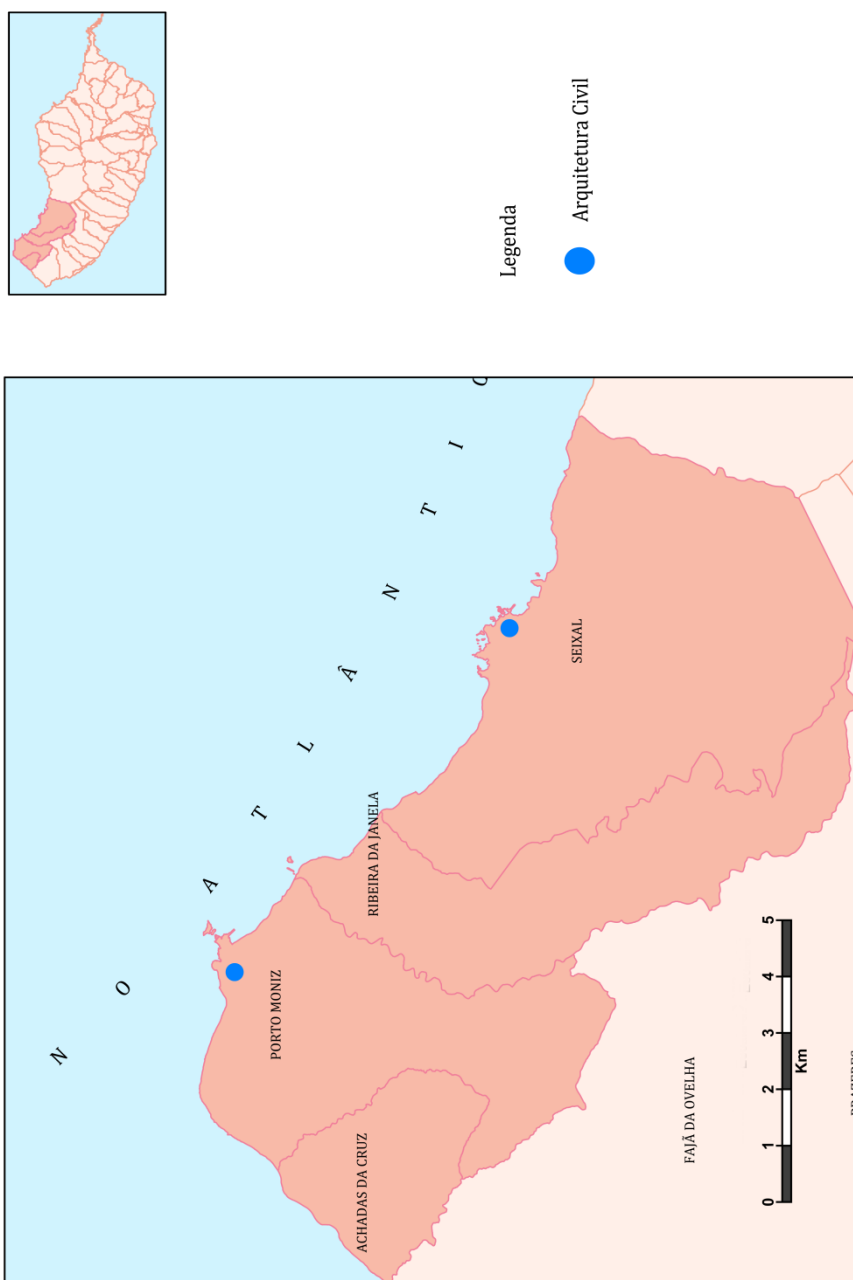
Quadro 64 – Imóveis Classificados no Concelho do Porto Moniz

Freguesia	Imóvel	Categoria	Data	Tipologia	
Porto Moniz	Fontenário de 1887	Monumento	IM	21-II-2000	Arquitetura Civil
Seixal	Fontenário de Santo António	Monumento	IM	21-II-2000	Arquitetura Civil

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pela DRAC (2012).

Este concelho é o que apresenta menor número de imóveis classificados.

Figura 49 – Imóveis Classificados – Concelho do Porto Moniz



Base cartográfica cedida pela Direção Regional do Ordenamento do Território e Ambiente. Elaboração própria.

Concelho de Ribeira Brava

O concelho de Ribeira Brava está localizado na costa sul da Madeira. É delimitado a norte pelo município de São Vicente, a leste por Câmara de Lobos, a oeste pela Ponta do Sol e a sul pelo Oceano Atlântico (Silva e Menezes, 1984).

Este concelho deve o seu nome ao forte caudal da ribeira que o atravessa:

*«[P]ozeram muitos dias no caminho até chegarem [...] a huma furiosa ribeira, na praya da qual os estava aguardando o capitam, que em terra desembarcara, e tinha ahi traçado huma povoação, a que deo nome de Ribeira brava, pela qual corria neste logar, que aqui depois se fundou tão fresca e nobre dos melhores da ilha, que alem de ter muitos fructos e mantimentos em abundancia, he e foi sempre tão generosa com os seus moradores que nella vivem. [...] A ribeira he tão furiosa quando enche, que algumas vezes leva muitas casas, e faz muito damno, por vir de grandes montes e altas serras; e por ser desta maneira, lhe vieram a chamar **brava**».*

(Frutuoso, 1873: 67, 94)

As atividades económicas deste concelho assentam no setor terciário, nas áreas do comércio e serviços de hotelaria e turismo, seguido pelo setor secundário, com especial destaque para as indústrias de serração, carpintaria, panificação e produção de eletricidade. No setor primário, embora com menor peso, merecem realce a agricultura e a pecuária (AAVV, 2013g).

O concelho possui uma área de 65 Km² e uma população residente de 13.375 habitantes (Censos 2011).

Apesar do povoamento deste concelho se ter iniciado no século XV, é o mais recente da Ilha, tendo sido criado unicamente a 6 de maio de 1914, pelo que é perfeitamente compreensível o atraso que se fazia sentir na vila da Ribeira Brava, no início do século XIX:

«Fundado em um pequeno plano na margem da Ribeira Brava é dominado por altos rochedos. Não tem fortificação alguma e o pequeno forte triangular que tinha, foi todo arruinado pelo aluvião de 1803. [...] O porto é muito mau e raras vezes se encontra bom mar para desembarcar. A praia é de calhau muito grosso, com algumas pedras e só os barcos ali acostumados encaham sem risco [...]. É o lugar de maior concorrência dos habitantes do Norte da Ilha, por ser o caminho mais curto que há para atravessar a Ilha, uma vez que não haja cheia da ribeira [...]. Há neste lugar um bom templo e um hospício de frades franciscanos. Qualquer pequeno corsário ali

pode fazer as hostilidades que quiser por não ter a mais pequena defesa; a maior parte dos habitantes moram distantes e os outros estão empregados na pesca e barcos da costa».

(Carita, 1982: 61-62)

Presentemente é composto por quatro freguesias: Campanário, Ribeira Brava, Serra de Água e Tábua (Vieira, 2001: 65).

O feriado municipal é assinalado a 29 de junho (dia de São Pedro).

Ao concelho de Ribeira Brava pertencem quatro monumentos classificados, sendo dois de Interesse Público (IP) e dois de Interesse Municipal (IM), de acordo com o seguinte quadro:

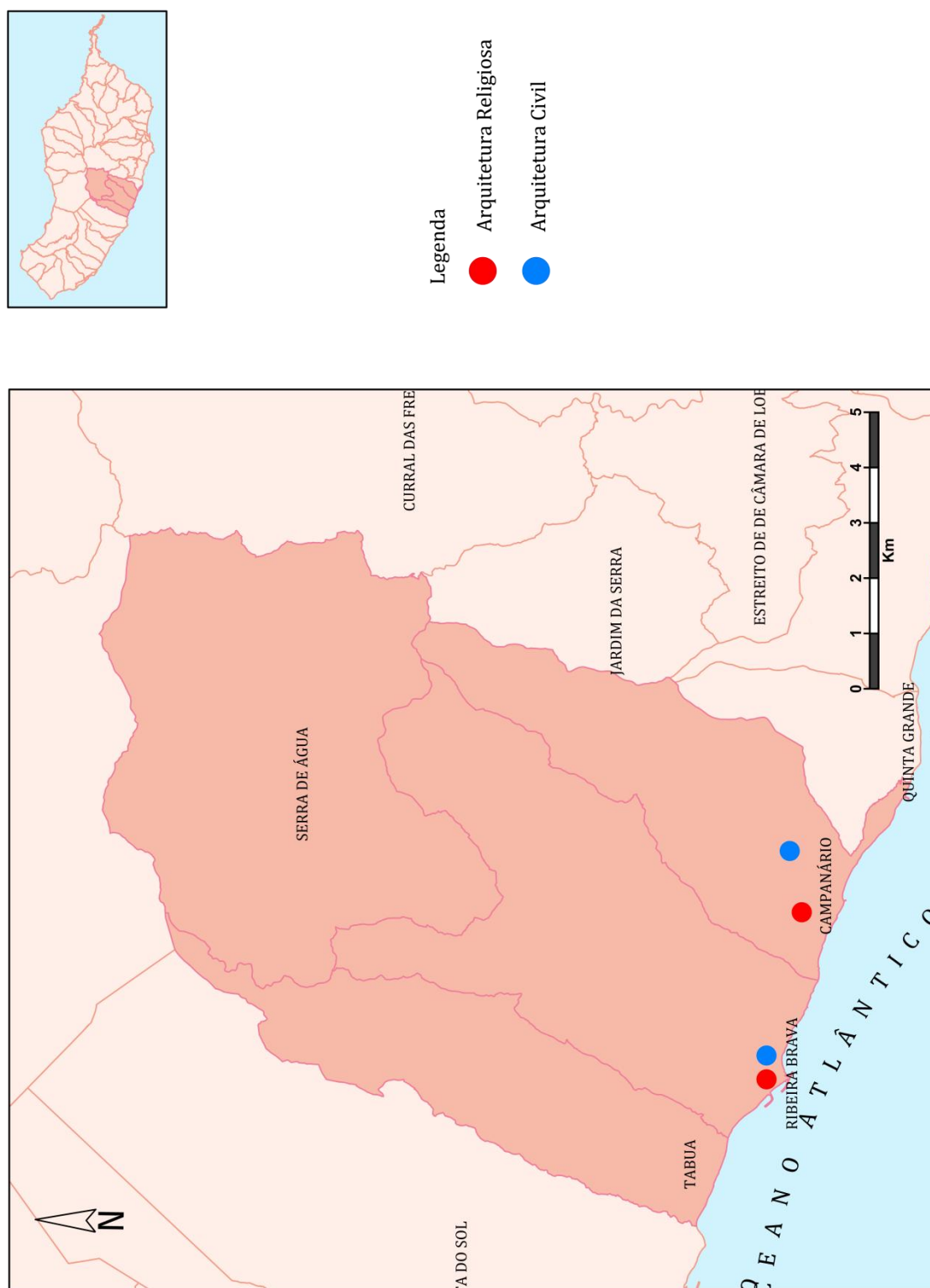
Quadro 65 – Imóveis Classificados no Concelho de Ribeira Brava

Freguesia	Imóvel	Categoria		Data	Tipologia
Campanário	Imóvel do Sítio da Igreja	Monumento	IM	17-X-2000	Arquitetura Civil
	Capela de Nossa Senhora do Bom Despacho	Monumento	IP	17-X-2000	Arquitetura Religiosa
Ribeira Brava	Igreja de São Bento	Monumento	IP	26-IX-1940	Arquitetura Religiosa
	Solar dos Herédias	Monumento	IM	18-IV-1994	Arquitetura Civil

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pela DRAC (2012).

Apesar de só existirem duas freguesias com imóveis classificados neste concelho, dois deles foram classificados de Interesse Público.

Figura 50 – Imóveis Classificados – Concelho de Ribeira Brava



Base cartográfica cedida pela Direção Regional do Ordenamento do Território e Ambiente. Elaboração própria.

Concelho de Santa Cruz

O concelho de Santa Cruz está situado na costa sul da ilha da Madeira. É delimitado a norte e a oeste pelo concelho de Machico, a oeste pelo Funchal e a sueste pelo Oceano Atlântico (Silva e Menezes, 1984). As Ilhas Desertas, a sudeste da Madeira, pertencem a este concelho (AAVV, 2005: 84). É igualmente neste concelho que se localiza o Aeroporto Internacional da Madeira.

Aquando do reconhecimento inicial da Ilha por Gonçalves Zarco, saindo de Machico por mar, foi um dos primeiros locais onde o descobridor aportou:

*«Correndo mais abaixo, sempre apegados com terra, acharam em hum fresco valle e ameno prado hum ribeiro d'agoa, que vinha sahir ao mar com muita frescura. [...] Hindo assy costeando a ilha ao longo do arvoredos, que em partes chegava ao mar, passando huma volta que faz a terra, entraram em huma fermosa angra na praya, na qual viram hum fermoso e deleitoso valle coberto de arvoredos por sua ordem composto, onde acharam em terra huns cepos velhos derribados do tempo, dos quaes mandou o capitam fazer huma cruz, que logo fez arvorar em hum alto de huma árvore, dando nome ao logar **Sancta Cruz**, onde ao depoy se fundou huma nobre villa, a mayor e mais rica, e melhor povoação de toda a parte de Machiquo».*

(Frutuoso, 1873: 37-38)

Na economia deste concelho sobressaem as atividades do setor terciário (comercio, hotelaria e turismo), seguido pelo secundário (indústrias de panificação, conserva de peixe e carpintaria) e finalmente o primário, onde merecem realce a agricultura e a pecuária, esta última com um peso significativo na criação de aves, coelhos e suínos (AAVV, 2013h).

O concelho ocupa uma área de 96 km², incluindo as ilhas Desertas e uma população residente de 43.005 habitantes (Censos 2011).

A povoação de Santa Cruz é uma das mais antigas da Madeira tendo o concelho sido criado a 25 de junho de 1515. Presentemente compreende cinco freguesias: Camacha, Caniço, Gaula, Santa Cruz e Santo António da Serra (Vieira, 2001: 65).

A 2 de agosto de 1996, a vila de Santa Cruz ascendeu à categoria de cidade¹³⁹.

O feriado municipal é assinalado a 15 de janeiro.

¹³⁹ Decreto Legislativo Regional n.º 14/96/M, de 2 de Agosto, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Legislativa Regional (Diário da República Série I-A – Número 178, de 2 de Agosto de 1996).

Ao concelho de Santa Cruz pertencem 29 monumentos classificados, sendo um Monumento Nacional (MN), cinco de Interesse Público (IP) e 23 de Interesse Municipal (IM), de acordo com o seguinte quadro:

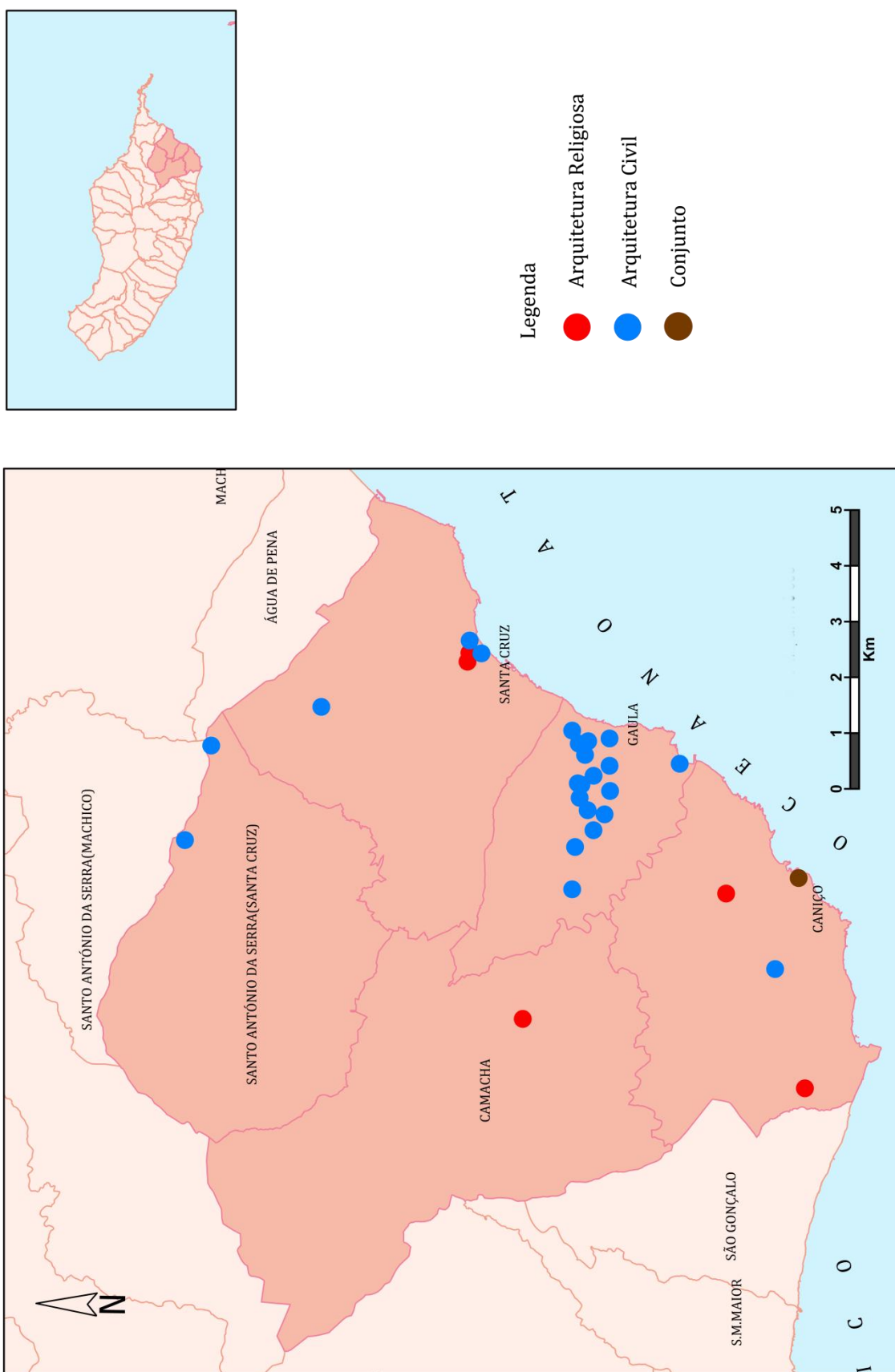
Quadro 66 – Imóveis Classificados no Concelho de Santa Cruz

Freguesia	Imóvel	Categoria		Data	Tipologia
Camacha	Igreja Matriz da Camacha	Monumento	IM	09-III-1999	Arquitetura Religiosa
Caniço	Capela Mãe de Deus	Monumento	IP	26-IX-1940	Arquitetura Religiosa
	Capela de Nossa Senhora da Consolação	Monumento	IP	12-IX-1978	Arquitetura Religiosa
	Conjunto dos Reis Magos	Conjunto	IM	08-VI-2000	Conjunto
	Quinta Splendida	Monumento	IP	12-VII-2005	Arquitetura Civil
Gaula	Lavadouro de Gaula	Monumento	IM	06-IV-2001	Arquitetura Civil
	Fontenários (16)	Monumento	IM	22-II-2001	Arquitetura Civil
Santa Cruz	Paços do Concelho	Monumento	MN	04-IV-1936	Arquitetura Civil
	Igreja de São Salvador	Monumento	IP	26-IX-1940	Arquitetura Religiosa
	Convento da Misericórdia	Monumento	IP	02-XII-1998	Arquitetura Religiosa
	Tribunal Judicial	Monumento	IM	05-IV-2001	Arquitetura Civil
	Solar dos Morenos e Capela de N. S. dos Remédios	Monumento	IM	31-III-2003	Arquitetura Civil
Santo António da Serra	Casa de Chá	Monumento	IM	30-VI-1998	Arquitetura Civil
	Fonte de Santo António	Monumento	IM	16-XI-1999	Arquitetura Civil

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pela DRAC (2012).

Em todas as freguesias deste concelho existem imóveis classificados, tendo sido um deles classificado como Monumento Nacional.

Figura 51 – Imóveis Classificados – Concelho de Santa Cruz



Base cartográfica cedida pela Direção Regional do Ordenamento do Território e Ambiente. Elaboração própria.

Concelho de Santana

O concelho de Santana situa-se na costa norte da ilha da Madeira. É delimitado a norte pelo Oceano Atlântico, a leste pelo concelho de Machico, a oeste por São Vicente, a sudoeste por Câmara de Lobos e a sul por Santa Cruz e Funchal (Silva e Menezes, 1984).

As atividades económicas predominantes neste concelho pertencem ao setor terciário (hotelaria, turismo e pequeno comércio). No setor secundário evidenciam-se as indústrias de construção civil, carpintaria e serralharia. No primário, merecem destaque na agricultura, o cultivo de cereais para grão, batata, culturas hortícolas intensivas, frutos subtropicais e vinha e na pecuária, a criação de aves, coelhos e caprinos (AAVV, 2013i).

«Santana foi sendo o atractivo das freguesias limítrofes e mesmo dos viandantes do Funchal e até dos estrangeiros. Havia uma quantidade de romeiros que também eram devotos de Santa Ana [...]. Era uma estância aprazível para os viandantes, nacionais e estrangeiros. [...] Para além do mais, no cume destas localidades encontrava-se o Pico Ruivo, o ponto mais alto da Madeira, uma verdadeira eminência, donde se vislumbram paisagens inesquecíveis».

(Ribeiro, 2001: 11)

O concelho de Santana ocupa uma área aproximada de 93 km², com uma população residente de 7.719 habitantes (Censos 2011).

Santana ascendeu a freguesia em 1552 e foi elevada a concelho em 1835. O concelho subdivide-se em seis freguesias: Arco de São Jorge, São Jorge, Ilha, Santana (sede do concelho), Faial e São Roque do Faial (Vieira, 2001: 65).

No século XXI, Santana foi a primeira vila da ilha da Madeira a ser elevada a cidade, a 6 de julho de 2000¹⁴⁰.

Em 2011, Santana foi considerada Reserva Mundial da Biosfera pela UNESCO¹⁴¹.

O feriado municipal é assinalado no dia 25 de maio e o dia da Cidade, a 1 de janeiro.

Ao concelho de Santana pertencem sete monumentos classificados, todos de Interesse Municipal (IM), de acordo com o seguinte quadro:

¹⁴⁰ Decreto Legislativo Regional nº 14/2000/M, de 6 de Julho, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Regional (Diário da República I Série – Número 154, de 6 de Julho de 2000).

¹⁴¹ Em maio de 2011, o concelho de Santana foi classificado como «Reserva Mundial da Biosfera» pela UNESCO (Diário de Notícias de 27-VI-2011).

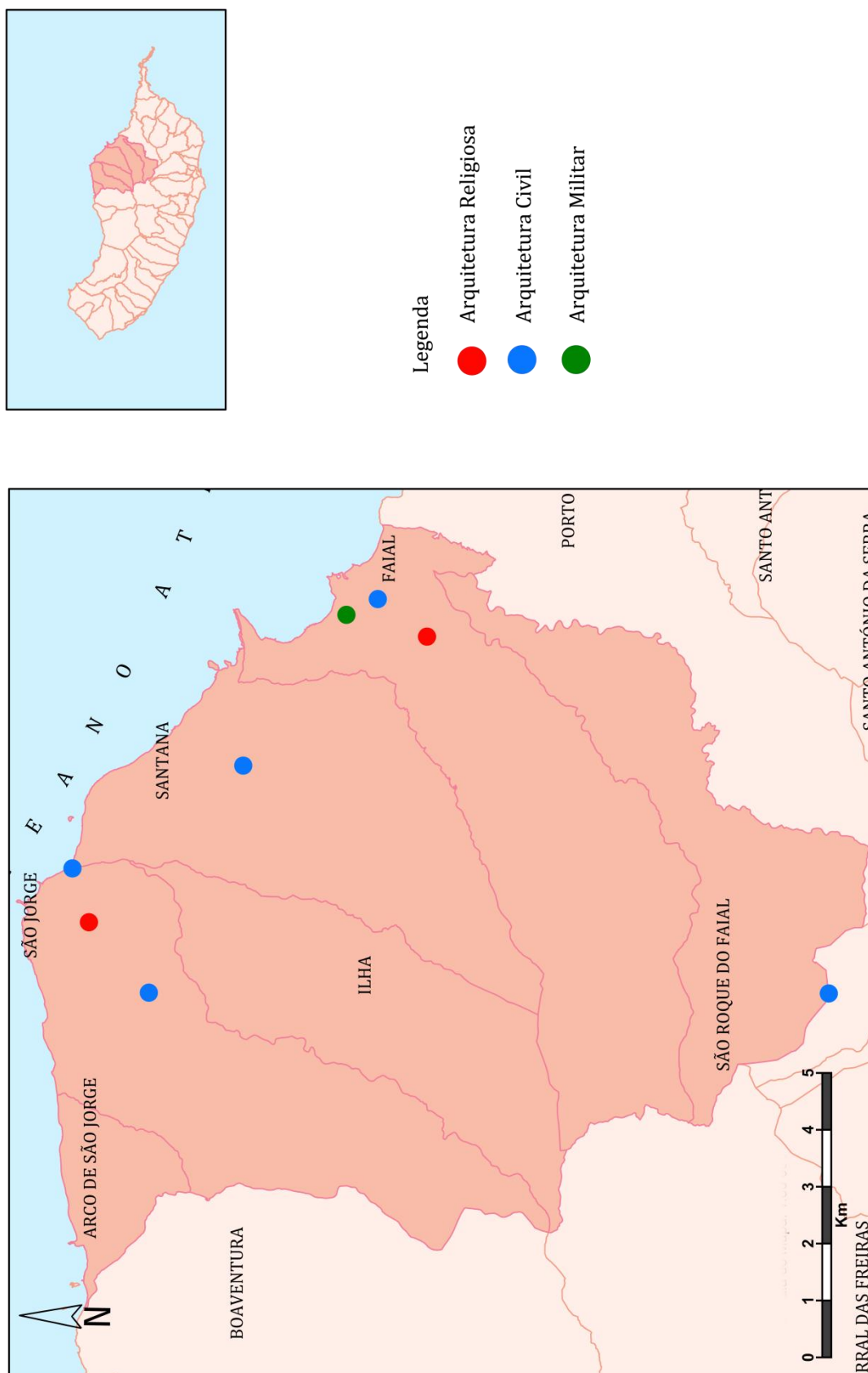
Quadro 67 – Imóveis Classificados no Concelho de Santana

Freguesia	Imóvel	Categoria		Data	Tipologia
Faial	Capela da Penha	Monumento	IM	21/02/96	Arquitetura Religiosa
	Fortim do Faial	Monumento	IM	24/05/96	Arquitetura Militar
	Ponte do Faial	Monumento	IM	17-IX-2003	Arquitetura Civil
Santana	Fontenário de Santa Ana	Monumento	IM	11/04/00	Arquitetura Civil
São Jorge	Igreja Matriz de São Jorge	Monumento	IM	07/03/95	Arquitetura Religiosa
	Serragem da Achadinha	Monumento	IM	22/12/98	Arquitetura Civil
	Fortaleza Restos da Antiga Povoação e Caminhos Antigos	Monumento	IM	29-VIII-2003	Arquitetura Militar e Civil

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pela DRAC (2012).

Em Santana os imóveis classificados são relativamente poucos e localizam-se em apenas três das seis freguesias do concelho.

Figura 52 – Imóveis Classificados – Concelho de Santana



Base cartográfica cedida pela Direção Regional do Ordenamento do Território e Ambiente.
Elaboração própria.

Concelho de São Vicente

O concelho de São Vicente encontra-se na costa norte da ilha da Madeira. É limitado a norte pelo Oceano Atlântico, a leste pelo concelho de Santana, a oeste por Porto Moniz e a sul por Ponta do Sol, Ribeira Brava e Câmara de Lobos (Silva e Menezes, 1984).

«A freguesia de S. Vicente, diz-nos uma pessoa ilustrada que ali reside há anos, encravada no sopé de montanhas altíssimas, talhadas quasi verticalmente, que a circundam em dezenas de quilómetros, como gigantescas muralhas, só aberta pelas bandas do mar, é uma das mais formosas terras da Madeira, pelo aspecto rude de beleza grandiosamente agreste. [...] Bastas e densas as suas terras, nelas abundam matas opulentíssimas de frondosos loureiros, tis, vinháticos e urzes, que presentemente passam sem contestação, por ser as melhores da Madeira».

(Silva e Menezes, 1984: Vol. III, 496-497)

A economia deste concelho assenta sobretudo no setor terciário, nas áreas da hotelaria, turismo e pequeno comercio, seguido pelo setor secundário, onde predominam as indústrias de mobiliário, artefactos, cimento, panificação e extração de inertes e areias. O setor primário assume algum significado nas áreas da agricultura e da pecuária (AAVV, 2013j).

Ocupa uma área aproximada de 78,70 km², sendo um dos mais extensos concelhos da RAM e possui uma população residente de 5.723 habitantes (Censos 2011).

A freguesia de S. Vicente foi instituída em meados do século XV e elevada a vila e sede de concelho em agosto de 1744. As delimitações do concelho sofreram algumas reestruturações ao longo do século XIX. Atualmente o concelho abrange três freguesias: Boaventura, Ponta Delgada e S. Vicente (Vieira, 2001: 65).

O feriado municipal é assinalado no dia 22 de janeiro.

Ao concelho de São Vicente pertencem seis monumentos classificados, todos de Interesse Municipal (IM), de acordo com o seguinte quadro:

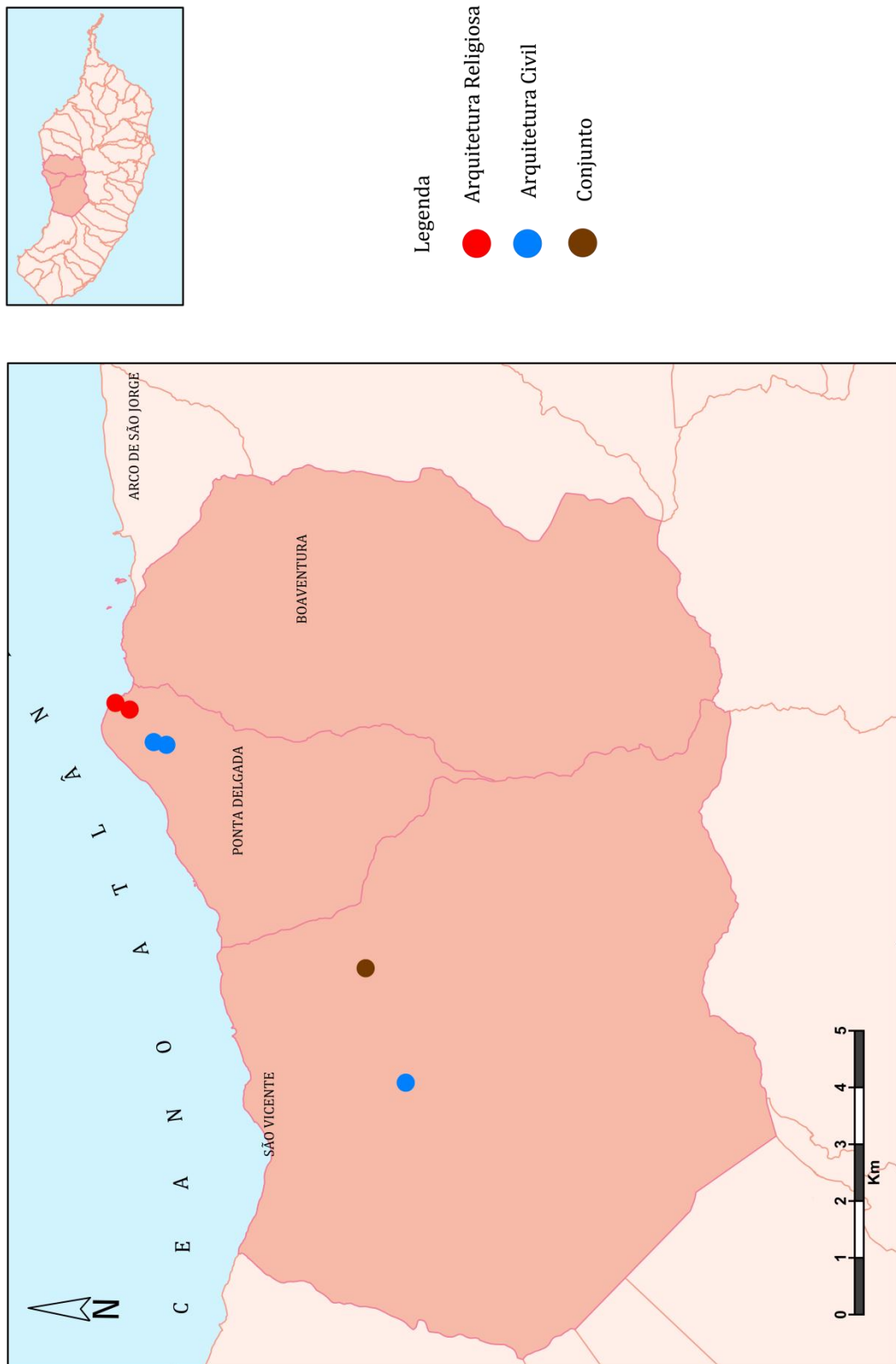
Quadro 68 – Imóveis Classificados no Concelho de S. Vicente

Freguesia	Imóvel	Categoria		Data	Tipologia
Ponta Delgada	Casa do Ladrilho	Monumento	IM	27-X-1993	Arquitetura Civil
	Solar do Aposento	Monumento	IM	27-X-1993	Arquitetura Civil
	Igreja do Bom Jesus	Monumento	IM	21-II-1996	Arquitetura Religiosa
	Capela dos Reis Magos	Monumento	IM	18-XI-1996	Arquitetura Religiosa
São Vicente	Casas Novas	Monumento	IM	03-VIII-2000	Arquitetura Civil
	Forno da Cal	Conjunto	IM	03-X-2005	Conjunto

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pela DRAC (2012).

Neste concelho, somente a freguesia de Boaventura não regista qualquer monumento classificado.

Figura 53 – Imóveis Classificados – Concelho de S. Vicente



Base cartográfica cedida pela Direção Regional do Ordenamento do Território e Ambiente.
Elaboração própria.

3.3.2 ATIVIDADES CULTURAIS E TRADICIONAIS POR CONCELHO

Concelho de Calheta

A Calheta possui um calendário rico em eventos que sucedem ao longo do ano, embora com maior evidência entre os meses de maio e outubro, conforme ilustrado no quadro que se segue:

Quadro 69 – Calendário de Eventos do Concelho da Calheta

Mês	Data	Festa/Evento	Localidade
Janeiro	14 e 15	Festa de Santo Amaro	Paúl do Mar
	No dia 17 ou no domingo seguinte	Festa de Santo Antão - Bênção dos Animais	Prazeres
	No dia 17 ou no domingo seguinte	Festa de Santo Antão	Ponta do Pargo
	No dia 17 ou no domingo seguinte	Festa de Santo Antão	Fajã da Ovelha
Fevereiro	No domingo mais próximo do dia 3	Festa de S. Brás	Arco da Calheta
	Noite de sábado de Carnaval	Cortejo de Carnaval	Arco da Calheta (Loreto)
Maio	Abril/maio	Festa do Espírito Santo	Calheta
	Abril/maio	Festa da Flor	Calheta (Estrela)
	1	Dia do Trabalhador	Prazeres
	--	Festa da Santa Casa da Misericórdia	Calheta
	--	Procissão das Velas	Jardim do Mar
	--	Procissão das Velas	Paul do Mar
Junho	1º ou 2º domingo	Festa do Espírito Santo	Loreto, Arco da Calheta
	13	Festa de Santo António	Fajã da Ovelha (Raposeira)
	3º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Loreto, Arco da Calheta
	3º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Calheta
	24	Festas do Concelho	Calheta
	24	Festa de S. João	Fajã da Ovelha e Lombo do Atouguia
	--	Marchas de S. João	Calheta
	No domingo seguinte à Festa de Santo António	Festa do Santíssimo Sacramento	Fajã da Ovelha (Raposeira)
Julho	Último domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Ponta do Pargo
	29	Festa de S. Pedro	Ponta do Pargo
	1º domingo	Festa do Espírito Santo	Arco da Calheta
	2º domingo	Festa de Nossa Senhora da Boa Morte	Ponta do Pargo
Agosto	2º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Arco da Calheta
	--	Festa da Lapa	Paul do Mar
	--	Festa de Nossa Senhora das Neves	Prazeres
	1º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Prazeres
	15	Festa de Nossa Senhora da Graça	Estreito da Calheta
	No domingo a seguir ao dia 15	Festa do Santíssimo Sacramento	Estreito da Calheta
	3º domingo	Festa de Nossa Senhora da Boa Viagem	Ponta do Pargo
	3º domingo	Festa de S. Francisco Xavier	Calheta (Salão)
Setembro	26	Mostra de Tradições e Arte Popular	Prazeres
	Último domingo	Festa de Nossa Senhora do Amparo	Ponta do Pargo
	Último domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	São Francisco Xavier
	1º domingo	Festa de Santo António	Ponta do Pargo
	8	Festa de Nossa Senhora do Loreto	Arco da Calheta (Loreto)
	No domingo seguinte à Festa do Loreto	Festa de Santo Antão	Arco da Calheta (Loreto)
Outubro	2º domingo	Festa de Nossa Senhora do Bom Sucesso	Calheta
	--	Festa do Pêro	Ponta do Pargo
	3º domingo	Festa de Nossa Senhora dos Bons Caminhos	Calheta
	1º domingo	Festa de Nossa Senhora do Rosário	Jardim do Mar
Dezembro	--	Festa de Nossa Senhora da Boa Viagem	Ponta do Pargo
	Último domingo	Festa do Cristo Rei	Calheta (Lombo do Doutor)
	--	Encontro de Grupos Corais da Região Autónoma da Madeira	Calheta
8	Festa de Nossa Senhora da Conceição	Arco da Calheta	

Festas de Cariz Religioso

Outros Eventos

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pela DRT, Diocese do Funchal e Periódicos locais.

O concelho da Calheta apresenta um calendário de eventos diversificado ao longo do ano, com relativa preponderância para os eventos de cariz religioso. Entre os assinalados no quadro, ressaltamos os que traduzem de forma mais acentuada a identidade histórica e cultural da população calhetense:

- Cortejo de Carnaval – Na noite de sábado de Carnaval ocorre um grande cortejo alegórico que procura preservar e divulgar as raízes vincadamente populares da população da Calheta.
- Festa da Flor – Cortejo em homenagem às flores madeirenses.
- Festa da Lapa – É uma das mais famosas festas locais que ocorre no Paúl do Mar. Durante três noites sucedem-se concertos e nas barracas de «comes e bebes» são servidos pratos da gastronomia tradicional madeirense com especial destaque para as «lapas frescas grelhadas, acompanhadas de cerveja» (JM, 27-VII-2012).
- Mostra de Tradições e Arte Popular – É uma iniciativa da Quinta Pedagógica dos Prazeres que pretende dar a conhecer o trabalho de vários artesãos madeirenses. Em 2011 aconteceu a I Mostra e face à recetividade e balanço positivo do evento, a Quinta continua a repetir o evento periodicamente (JM, 24-VIII-2012).
- Festa do Pêro – Esta festa de carácter popular tem como objetivo relançar a divulgação duma tradição secular: o fabrico da sidra. É um evento rural em que os agricultores transformam a colheita do pêro numa alegre festa, desde 1984. Os visitantes desfrutam da animação, podem apreciar exposições alusivas ao tema, provas de sidra e um pequeno cortejo, que inclui a pisa do pêro (JM, 14-IX-2012).
- Encontro de Grupos Corais da Região Autónoma da Madeira - Este evento é uma iniciativa do Grupo Coral do Arco da Calheta. É uma atividade de dinamização cultural aberta ao público que decorre um pouco por todo o concelho. Durante um dia, na parte da manhã, o visitante poderá ouvir música coral numa das igrejas do concelho e na parte da tarde, assistir a atuações de diversos agrupamentos corais oriundos de toda a Ilha (JM, 13-X-2012).
- Arraiais Madeirenses – Neste concelho, os mais procurados são: em janeiro, as Festas de Santo Antão; em maio as Festas do Espírito Santo; em

setembro, a Festa de Nossa Senhora do Loreto e em outubro a Festa de Nossa Senhora do Rosário.

Concelho de Câmara de Lobos

Câmara de Lobos possui um calendário de eventos com um forte realce entre os meses de junho e inícios de novembro, de acordo com o seguinte quadro:

Quadro 70 – Calendário de Eventos do Concelho de Câmara de Lobos

Mês	Data	Festa/Evento	Localidade
Janeiro	5	Cantar dos Reis	Curral das Freiras
	A 19 ou no domingo mais próximo	Festa de S. Sebastião	Câmara de Lobos
Maio	1	Festa de S. Tiago	Estreito de Câmara de Lobos
	12	Festa de Nossa Senhora de Fátima	Quinta Grande
Junho	1º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Câmara de Lobos (Carmo)
	No domingo a seguir ao dia 13	Festa de Santo António	Estreito de Câmara Lobos
	24	Festa de S. João Baptista	Santa Cecília
	28	Festas de Verão e do Peixe-Espada	Câmara de Lobos
	28 e 29	Festa de S. Pedro	Câmara de Lobos
	Finais de junho	Festa da Cereja	Jardim da Serra
Julho	6	Festa de Santa Maria Goretti	Câmara de Lobos
	1º domingo	Festa de Nossa Senhora das Preces	Câmara de Lobos
	2º domingo	Festa de Nossa Senhora da Piedade	Câmara de Lobos
	2º domingo	Festa de Santa Ana	Estreito de Câmara de Lobos
	3º domingo	Festa de Nossa Senhora do Carmo	Câmara de Lobos (Carmo)
	Último domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Santa Cecília
Agosto	1º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Estreito de Câmara de Lobos (Garachico)
	1º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Câmara de Lobos (Vila)
	2º domingo	Festa de Nossa Senhora do Bom Sucesso	Estreito de Câmara de Lobos (Garachico)
	15	Festa de Nossa Senhora da Graça	Estreito de Câmara de Lobos
	3º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Curral das Freiras
	3º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Estreito de Câmara de Lobos
	Último domingo	Festa de Nossa Senhora do Livramento	Curral das Freiras
Último domingo	Festa de Nossa Senhora da Encarnação	Encarnação	
Setembro	Agosto/setembro	Festa das Vindimas	Estreito de Câmara de Lobos
	1º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Encarnação
	13	Festa de Nossa Senhora dos Remédios	Quinta Grande
	3º domingo	Festa de Santa Cecília	Santa Cecília
Outubro	16	Festas do Dia do Concelho	Câmara de Lobos
	3º domingo	Festa de Nossa Senhora da Boa Hora	Santa Cecília
Novembro	1	Festa da Castanha	Curral das Freiras
	11	Festa do Pão Por Deus (Festa de Todos os Santos)	Jardim da Serra
Dezembro	8	Festa de Nossa Senhora da Conceição	Câmara de Lobos

Festas de Cariz Religioso

Outros Eventos

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pela DRT, Diocese do Funchal e Periódicos locais.

No concelho de Câmara de Lobos sobressaem os eventos de cariz religioso, embora os eventos de carácter popular apresentem um valor acrescido na preservação e divulgação da identidade histórica e cultural desta população:

- Festas de Verão e do Peixe-Espada - Câmara de Lobos em combinação com as comemorações do São Pedro, celebra igualmente a Festa do Peixe-Espada Preto com muita música ao vivo, animação, fogo-de-artifício e

barracas de comida à volta do porto, onde o visitante pode saborear as delícias da gastronomia madeirense. A Festa do Peixe-Espada tem um duplo objetivo, por um lado promover uma das mais típicas especialidades gastronómicas madeirenses e por outro, prestar homenagem aos pescadores locais que ao longo dos últimos séculos se têm ocupado da pesca deste peixe (JM, 28-VI-2012).

- Festa da Cereja - A Festa da Cereja é um dos mais importantes eventos locais que acontece anualmente, no Jardim da Serra, desde 1954. Esta celebração da colheita da cereja, com cor, aroma e sabor a cereja, ocorre durante um fim-de-semana repleto de animação, com muita música, comida e bebida. O visitante pode assistir ao cortejo da cereja, no qual os agricultores desfilam com grandes cestos cheios de cerejas. Nas diversas barracas ao longo das ruas, pode provar e comprar os excelentes licores de cereja e ginja que aí se vendem (JM, 25-VI-2012).
- Festa das Vindimas - A festa do Vinho da Madeira começa no Estreito de Câmara de Lobos em setembro com a vindima, a apanha e todo o processo de fabrico do vinho ao vivo seguido de um cortejo tradicional. Neste evento os visitantes são convidados a participar ativamente no programa da festa, parcial ou totalmente conforme desejarem. A festa continua no centro do Funchal com celebrações, exposições, atuação de grupos folclóricos e barracas nas ruas centrais, onde são servidos Vinhos Madeira e pratos tradicionais (JM, 01-IX-2012).
- Festa da Castanha – Anualmente, no Curral das Freiras celebra-se a Festa da Castanha, um evento muito popular com muito entretenimento, comida e bebida tradicional. Os visitantes podem provar várias especialidades gastronómicas à base de castanhas: castanhas assadas, licores e bolos deliciosos. Nos restaurantes locais é promovido um concurso gastronómico de comida tradicional. (DN, 02-XI-2012).
- Arraiais Madeirenses – Os mais conhecidos são: em maio, a Festa de Nossa Senhora de Fátima; em junho as Festas de S. Pedro; em agosto, a Festa de Nossa Senhora do Livramento e em setembro, a Festa de Nossa Senhora dos Remédios.

Concelho de Funchal

O concelho do Funchal é o que possui o calendário de eventos com maior profusão e diversidade em toda a Ilha. O quadro que se segue não refere a totalidade dos eventos, mas apenas os principais:

Quadro 71 – Calendário de Eventos do Concelho do Funchal

Mês	Data	Festa/Evento	Localidade
Janeiro	5 e 6	Cantar dos Reis	Funchal
	22	Festa de Santo Amaro	Santo Amaro
	Último fim-de-semana	Festa de São Gonçalo	São Gonçalo
Fevereiro	--	Festas de Carnaval da Madeira	Funchal
Março	--	Semana da Árvore e da Floresta na Madeira	Funchal
Abril	18	Dia Internacional dos Monumentos e dos Sítios	Funchal
	Abril/maio	Festa da Flor	Funchal
	--	Reid's Palace Classic Auto Show	Funchal
Maio	1	Dia do Trabalhador	Funchal
	1	Festa de S. Tiago Menor	Funchal (Sé Catedral)
	1	Festa de S. Tiago Menor	Santa Maria Maior
	--	Feira do Livro	Funchal
	--	Festa da Cultura	Funchal
	18	Dia Internacional dos Museus	Funchal
	Maio/junho	Festas da Sé	Sé
Junho	1º domingo	Festa de Nossa Senhora da Graça	Santo António (Graça)
	1º domingo	Festa de Nossa Senhora Rainha do Mundo	Monte (Curral dos Romeiros)
	--	Festival de Música da Madeira	Funchal
	Sábados de junho	Festival do Atlântico	Funchal
	12 e 13	Festa de Santo António	Funchal
	--	Auto Parade Funchal	Funchal
	2º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Santa Maria Maior
	3º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Santa Luzia
	--	XXIV Volta à Madeira Classic Rally	Funchal
	23 e 24	Festa de S. João	Funchal
	24	Festa de São João	São Gonçalo
	24	Festa de São João	São Martinho
	24	Festa de São João	São Pedro
	25	Marchas Populares de Sto. António e S. João	Zona Velha da Cidade
	No domingo a seguir ao dia 24	Festa de São João	Álamos
	No domingo a seguir à festa de S. João	Festa do Santíssimo Sacramento	Álamos
	No domingo a seguir à festa de S. João Baptista	Festa do Santíssimo Sacramento	S. Martinho
	Último domingo	Festa de Nossa Senhora do Livramento	Monte (Livramento)
29	Festa de S. Pedro	S Pedro	
Julho	1	Dia da RAM	Funchal
	--	Campeonato de Pesca Grossa da Madeira (Big Game Fishing Championship)	Funchal
	--	Funchal Jazz Festival	Funchal (Parque de Santa Catarina)
	1º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Álamos
	2º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Sto. António (Graça)
	3º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	S. Gonçalo
	Penúltimo domingo	Festa do Sagrado Coração de Jesus	Sagrado Coração de Jesus
	Último domingo	Festa de Nossa Senhora do Livramento	Livramento
	Último domingo	Festa de Nossa Senhora da Visitação	Santo António, Visitação
Agosto	Julho/agosto	Rali Vinho Madeira	
	1º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Livramento
	1º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Santo António, Visitação

	1º domingo	Festa de Nossa Senhora das Neves	São Gonçalo
	1º fim-de-semana	Festa de Nossa Senhora do Bom Sucesso	Bom Sucesso
	1º fim-de-semana	Festa de Nossa Senhora da Alegria	S. Roque
	2º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Santo Amaro
	14 e 15	Festa de Nossa Senhora do Monte	Monte
	15	Festa de Nossa Senhora da Assunção	Choupana
	No domingo seguinte ao dia 15	Festa do Santíssimo Sacramento	Monte
	--	Funchal Music Fest	Funchal
	21	Dia da Cidade	Funchal
	Último domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	S. Roque
	Último domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Camacha
	Último domingo	Festa do Imaculado Coração de Maria	Imaculado Coração de Maria
	Último domingo	Festa de Nossa Senhora da Ajuda	S. Martinho
	--	A Volta à Ilha em Canoa – Funchal	Funchal
Setembro	1º domingo	Festa de Nossa Senhora do Bom Sucesso	Bom Sucesso
	--	Grande Prémio da Madeira (Volta à Ilha em Bicicleta)	Funchal
	10, 11 e 12	Festas do Vinho	Funchal
	2º domingo	Festa do Senhor da Paciência	Santo António (Visitação)
	27	Dia Mundial do Turismo	Funchal
Outubro	Setembro/outubro	Festival da Natureza	Funchal
	1º domingo	Festa de Nossa Senhora do Desterro	Monte
	1º domingo	Festa de Nossa Senhora do Socorro	Santa Maria Maior
	Último domingo	Festa de Nossa Senhora de Guadalupe	Santo António
	31	Happy Halloween	Funchal
Novembro	11	Festa de São Martinho	São Martinho
	No domingo a seguir ao dia 11	Festa de Nossa Senhora do Patrocínio	São Martinho
	25	Aldeia Etnográfica	Funchal
Dezembro	1	Festividades de Natal e Ano Novo	Funchal
	8	Iluminações de Natal	Funchal
	13	Lapinha do Galeão	Galeão
	No domingo a seguir ao dia 13	Festa de Santa Luzia	Santa Luzia
	16	Exposições Natalícias	Funchal
	23	Noite de Mercado	Funchal
	28	Corrida de S. Silvestre	Funchal
31	Fim de Ano - Fogo-de-artifício	Funchal	

Festas de Cariz Religioso

Outros Eventos

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pela DRT, Diocese do Funchal e Periódicos locais.

Se tivéssemos apresentado um calendário com a totalidade dos eventos de cariz religioso, verificávamos que à semelhança dos outros concelhos, no Funchal estes suplantavam os restantes. Dada a extensão do calendário, optámos por apresentar os eventos mais procurados pelos residentes e pelos visitantes.

Os mais divulgados, no círculo turístico, são as Festas de Carnaval, a Festa da Flor, a Feira do Livro, a Festa da Cultura, o Festival do Atlântico, as Marchas Populares de Santo António e S. João na Zona Velha da Cidade, as Festas Gastronómicas, o Rali Vinho Madeira, o Arraial de Nossa Senhora do Monte, as Festas do Vinho, As Festividades de Natal e Fim de Ano e a Noite de Mercado.

Concelho de Machico

O concelho de Machico apresenta um calendário de eventos equilibrado embora a vertente religiosa seja a de maior destaque. À semelhança dos outros concelhos as festividades concentram-se entre os meses de junho e inícios de novembro, como se pode observar no quadro seguinte:

Quadro 72 – Calendário de Eventos do Concelho de Machico

Mês	Data	Festa/Evento	Localidade
Janeiro	6	Cantar dos Reis	Machico
	A 19 ou no domingo mais próximo	Festa de São Sebastião	Caniçal
Fevereiro	--	Carnaval Machico	Machico
Junho	--	Mercado Quinhentista	Machico
	2º domingo	Festa do Espírito Santo	Porto da Cruz
	24	Festa de São João	Porto da Cruz
	Último domingo	Festa do Sagrado Coração de Jesus	Água de Pena
	28 e 29	Rali Cidade de Machico	Machico
Julho	2	Comemoração da "re" descoberta da Madeira e do desembarque dos marinheiros portugueses na praia de Machico	Machico
	2º domingo	Festa de São Cristóvão	Machico
	2º domingo	Festa de Nossa Senhora das Preces	Machico (Preces)
	Último domingo	Festa de Santa Beatriz	Água de Pena
	Último domingo	Festa de Nossa Senhora do Bom Caminho	Ribeira de Machico
	Último domingo	Festa de São José	Piquinho
Agosto	Julho a setembro	Verão Música	Machico
	Julho/agosto	Semana Gastronómica de Machico	Machico
	1º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Água de Pena
	15	Festa de Nossa Senhora de Guadalupe	Porto da Cruz
	15	Festa do Santíssimo Sacramento	Preces
	3º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Piquinho
	3º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Porto da Cruz
Último domingo	Festa do Domingo do Senhor (Santíssimo Sacramento)	Machico	
Setembro	--	Festa da Uva e do Agricultor	Porto da Cruz
	--	Festa do Pescador	Machico
	8	Dia de Aniversário da Elevação do Caniçal a Vila	Caniçal
	3º domingo	Festa de Nossa Senhora da Piedade	Caniçal
	--	Mostra da Sidra	Sto. António da Serra
	Último domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Caniçal
Outubro	--	Concurso Literário "Francisco Álvares de Nóbrega"	Machico
	9	Festas do Concelho	Machico
	9	Festa de Nosso Senhor dos Milagres	Machico
	2º domingo	Festa de Nossa Senhora do Socorro	Porto da Cruz
	Último domingo	Festa de Nossa Senhora das Preces	Piquinho
Novembro	10 e 11	Festa de S. Martinho	Porto da Cruz
	30	Aniversário de Francisco Álvares de Nóbrega "Camões Pequeno"	Machico
Dezembro	8	Festa de Nossa Senhora da Conceição	Machico

Festas de Cariz Religioso

Outros Eventos

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pela DRT, Diocese do Funchal e Periódicos locais.

No concelho de Machico predominam para além dos eventos de cariz religioso, os de carácter cultural popular cujo objetivo principal é a preservação e divulgação da identidade histórica e cultural da população deste concelho:

- Mercado Quinhentista - Este evento de cariz cultural é um festival de entretenimento que celebra os primeiros anos do arquipélago. Durante uma semana, no mês de junho, os residentes vestem trajes medievais (cavaleiros e damas, mercadores e trovadores) e as ruas são decoradas com bandeiras e tendas coloridas. O visitante poderá assistir a reconstituições históricas, teatro de rua, música, cuspidores de fogo e acrobatas. Nas bancas do mercado, poderá comprar diferentes artigos de artesanato, peças de cerâmica, tecelagem e madeira (DN, 08-VI-2012).
- Comemoração da Descoberta da Madeira – Machico estará para sempre ligado à descoberta da ilha da Madeira. Foi na baía de Machico que os descobridores portugueses João Gonçalves Zarco e Tristão Vaz Teixeira desembarcaram em 1419 (JM, 02-VII-2012).
- Semana Gastronómica de Machico – Em 2012, a cidade de Machico celebrou a 27ª edição da sua semana gastronómica anual, com concertos de música ao vivo e impressionantes tradições culinárias. Neste evento, o visitante poderá assistir a um «Festival do Cocktail», a torneios desportivos e muitas outras atividades, para além de um profuso entretenimento. O ponto alto do evento recai nas iguarias de diferentes sabores que os visitantes podem desfrutar durante uma semana (JM, 27-VII-2012).
- Festa da Uva e do Agricultor – Neste evento, o visitante poderá apreciar um Cortejo Etnográfico e os diversos *stands* onde os viticultores expõem as suas uvas (JM, 02-IX-2012).
- Festa do Pescador – Este evento caracteriza-se por ser uma mostra cultural e patrimonial da vila do Caniçal com o objetivo de preservar a memória coletiva de uma localidade com raízes ancestrais de natureza piscatória. Pretende ainda reavivar os usos, costumes e tradições desta vila. É uma festa repleta de animação, onde o visitante durante um fim-de-semana poderá assistir a atuações de diversos Grupos Folclóricos, Grupos de Tocar e Cantar de Camponeses, Grupos de Teatro, Bandas

filarmónicas e outros grupos musicais. Os restaurantes ao longo da frente mar, oferecem ao visitante ementas exclusivas de peixe (atum, gaiado, castanhetas e peixe fino), mariscos, lapas e caramujo (DN, 22-VI-2010).

- Mostra da Sidra – No Santo da Serra celebra-se anualmente a Mostra da Sidra. O evento inclui uma exposição de diversas variedades de maçã e outros produtos relacionados. O visitante poderá assistir a um pequeno cortejo, muita animação e terá a possibilidade de desfrutar de uma prova de sidra, de demonstrações do seu fabrico, incluindo a pisa do pêro, música e gastronomia tradicional (JM, 21-IX-2012).
- Arraiais Madeirenses – No concelho de Machico, os mais procurados são: em janeiro, a Festa de S. Sebastião; em agosto, a Festa de Nossa Senhora da Guadalupe e a Festa do Santíssimo Sacramento e dos Fachos; em outubro, a Festa de Nosso Senhor dos Milagres; em setembro, a Festa de Nossa Senhora da Piedade e em dezembro a Festa de Nossa Senhora da Conceição.

Concelho de Ponta do Sol

O concelho de Ponta do Sol apresenta um calendário de eventos, onde se destacam sobretudo os de cariz religioso, entre os meses de abril a setembro, evidenciados no quadro que se segue:

Quadro 73 – Calendário de Eventos do Concelho de Ponta do Sol

Mês	Data	Festa/Evento	Localidade
Janeiro	5	Cantar dos Reis	Ponta do Sol
	15	Festa de Santo Amaro	Lombada
	No dia 17 ou no domingo seguinte	Festa de Santo Antão	Canhas
Fevereiro	Fevereiro/março	Carnaval	Ponta do Sol
Março	Março/abril	Feira Regional da Cana de Açúcar	Canhas
Abril	40 dias após o domingo de Páscoa	Festa de Nossa Senhora da Ascensão	Ponta do Sol
	Abril/maio	Festa do Espírito Santo	Lombada
	Abril/maio	Festa do Santíssimo Sacramento	Ponta do Sol
Maio	13	Festa de Nossa Senhora de Fátima	Canhas (Carvalhal)
	Abril/maio	Festa do Espírito Santo	Ponta do Sol
	Maio/junho	Festa do Espírito Santo	Canhas
Junho	24	Festa de S. João	Lombada
	24	Marchas dos Santos Populares	Ponta do Sol
	Junho/julho	Festa do Espírito Santo	Madalena do Mar
Julho	--	Madeira Bike Festival	Ponta Sol
	1º domingo	Festa do Espírito Santo	Canhas (Carvalhal)
	3º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Lombada
	No domingo a seguir ao dia 22	Festa de Santa Maria Madalena	Madalena do Mar
	--	Mostra Regional da Banana	Madalena do Mar
Agosto	1º domingo	Festa de Nossa Senhora da Piedade	Canhas
	2º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Canhas
	15	Festa de Nossa Senhora do Monte	Cristo Rei
	3º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Canhas (Carvalhal)
	Último domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Madalena do Mar
	28	Festa do Santíssimo Sacramento	Madalena do Mar
Setembro	8	Festa de Nossa Senhora da Luz	Ponta do Sol
	8	Festas do Concelho	Ponta do Sol
	No domingo a seguir ao dia 8	Festa do Santíssimo Sacramento	Ponta do Sol
Outubro	1º domingo	Festa de Nossa Senhora do Livramento	Ponta do Sol
Novembro	No domingo a seguir ao dia 10	Festa de Santo André Avelino	Canhas (Carvalhal)
	No dia 21 ou no domingo mais próximo	Festa do Cristo Rei	Ponta do Sol (Monte)
Dezembro	8	Festa de Nossa Senhora da Conceição	Lombada

Festas de Cariz Religioso

Outros Eventos

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pela DRT, Diocese do Funchal e Periódicos locais.

No concelho de Ponta do Sol, entre os eventos de cariz religioso destacam-se alguns de carácter cultural popular:

- Madeira Bike Festival - Este evento anual ocorre num dos fins-de-semana do mês de julho. É um evento desportivo desafiante para ciclistas e praticantes de BTT experientes. No último dia, os residentes e os visitantes

poderão participar no passeio de bicicleta que oferece vistas das espetaculares paisagens madeirenses (DN, 12-VII-2011).

- Feira Regional da Cana de Açúcar – a feira decorre durante um fim-de-semana. Nos *stands* os visitantes podem apreciar diversos produtos regionais derivados da cana-de-açúcar. Do programa de entretenimento constam atuações de grupos folclóricos, dos núcleos de Violas da Casa do Povo da Ponta do Sol e ainda grupos teatrais e conjuntos musicais. Nesta feira fazem-se ainda demonstrações de acepipes com mel de cana e «*Live Cooking*». No último dia são entregues os prémios aos vencedores do concurso «Doços com Mel de Cana» (JM, 20-III-2012).
- Mostra Regional da Banana – Anualmente na Madalena do Mar celebra-se um dos produtos locais mais importantes: a Banana. Sendo esta região a maior produtora regional de banana, a Mostra tem como objetivo promover o produto e as antigas práticas tradicionais, sendo considerado um grande evento cultural. Os melhores produtores de banana e os melhores cachos são premiados no final do evento. Para além do entretenimento, o visitante poderá desfrutar de provas de banana e gastronomia tradicional (DN, 26-VII-2012).
- Arraiais Madeirenses – Os arraiais mais procurados na Ponta do Sol são: em abril, as Festas do Espírito Santo e a Festa de Nossa Senhora da Ascensão; em setembro, a Festa de Nossa Senhora da Luz e a Festa do Santíssimo Sacramento e em outubro, a Festa de Nossa Senhora do Livramento.

Concelho de Porto Moniz

O concelho do Porto Moniz apresenta um calendário de eventos relativamente reduzido, sendo os meses de julho e agosto os que apresentam um número razoável de festividades, conforme quadro que se segue:

Quadro 74 – Calendário de Eventos do Concelho do Porto Moniz

Mês	Data	Festa/Evento	Localidade
Janeiro	No dia 17 ou no domingo seguinte	Festa de Santo Antão	Seixal
	3º domingo	Panelo	Seixal (Chão da Ribeira)
Fevereiro	Fevereiro/março	Carnaval	Porto Moniz (Vila)
Março	25	Festa de Nossa Senhora da Encarnação	Ribeira da Janela
Maio	1	Festa de Nossa Senhora do Livramento	Achadas da Cruz
	1	Festa do 1º de Maio	Achadas da Cruz
	No domingo da Santíssima Trindade	Festa de Santa Rita	Porto Moniz
	--	Procissão das Velas	Achadas da Cruz
Junho	13 e 14	Festa de Santo António	Santa
	28 e 29	Festa de S. Pedro	Lamaceiros
Julho	2º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Santa
	Meados de julho	Feira do Gado (Feira Agropecuária do P. Moniz)	Porto Moniz
	Penúltimo domingo	Festa de Santa Maria Madalena	Santa
	Penúltimo domingo	Dia do Concelho	Santa
	Último fim-de-semana	Semana do Mar	Porto Moniz
Agosto	1º domingo	Festa de Santo António	Ribeira da Janela
	2º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Ribeira da Janela
	15	Festa de Nossa Senhora do Monte	Porto Moniz
	16	Festa de Santíssimo Sacramento	Seixal
	3º domingo	Festa de Nossa Senhora da Encarnação	Ribeira da Janela
Setembro	3º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Achadas da Cruz
Dezembro	1ª semana	Iluminação de Natal	Porto Moniz
	8	Festa de Nossa Senhora da Conceição	Porto Moniz (Vila)
	31	Passagem de Ano	Porto Moniz

Festas de Cariz Religioso

Outros Eventos

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pela DRT, Diocese do Funchal e Periódicos locais.

Apesar do concelho do Porto Moniz apresentar um número reduzido de eventos no seu calendário anual, destacam-se alguns eventos únicos em toda a Ilha. Para uma melhor perceção por parte do leitor, salientamos os seguintes:

- Panelo – Esta festa é uma das tradições mais antigas do Seixal. Antigamente, famílias e amigos, após o Natal, reuniam-se e preparavam um almoço comunitário no campo, cozinhado num enorme «panelo» sobre uma fogueira enorme. A refeição muito semelhante a um «cozido à portuguesa» era composta por carnes, enchidos, batata-doce e couve. Atualmente a festa tomou maiores dimensões e abriu-se ao público em

geral. Existem barracas onde o visitante pode comprar o seu «cozido» e participar no entretenimento envolvente (JM, 17-I-2012).

- Feira do Gado - Esta feira é o principal evento regional de mostra de atividades agrícolas e de criação de gado. É uma feira com grande tradição, onde os melhores produtos tirados das terras madeirenses são mostrados num ambiente festivo, com muita animação, característico de um arraial madeirense. O visitante poderá assistir a esta espécie de arraial típico e provar a gastronomia madeirense, em especial a espetada (JM, 26-VI-2012).
- Semana do Mar - É considerado o principal evento anual do Porto Moniz. Ao longo de uma semana desenrola-se um vasto programa de atividades composto por música, jogos, concursos, passeios marítimos, regatas de canoa, atividades culturais e desportivas. Durante esta semana é normalmente hasteada a Bandeira Azul nas piscinas municipais que certifica a qualidade da água (JM, 28-VI-2012).
- Passagem de Ano – A entrada no novo ano é celebrada junto ao porto com um espetáculo pirotécnico, seguido de animação nas ruas da vila, durante toda a noite.
- Arraiais Madeirenses – No Porto Moniz, destacam-se sobretudo os seguintes: em junho, a Festa de S. Pedro; em julho, a Festa de Santa Maria Madalena; em agosto, as Festas do Santíssimo Sacramento e a Festa de Nossa Senhor do Monte; em dezembro, a Festa de Nossa Senhora da Conceição.

Concelho de Ribeira Brava

A Ribeira Brava possui um calendário rico em eventos que sucedem ao longo do ano, embora com maior evidência entre os meses de março e setembro, conforme se pode observar no seguinte quadro:

Quadro 75 – Calendário de Eventos do Concelho de Ribeira Brava

Mês	Data	Festa/Evento	Localidade
Janeiro	Último fim-de-semana	Mostra de Artesanato e Tradições Locais	Serra de Água
Fevereiro	1 e 2	Festa da Senhora das Candeias	Tabúa
	1º domingo	Festa de S. Brás	Campanário
Março	19	Festa de S. José	Ribeira Brava
	No domingo próximo ao dia 21	Festa de S. Bento	Ribeira Brava
	4º domingo	Festa da Anunciação de Nossa Senhora	Ribeira Brava
Abril	1º domingo depois da Páscoa	Festa do Espírito Santo	Tabúa
Maio	6	Dia do Concelho	Ribeira Brava
	--	Encontro Regional de Bandas Filarmónicas	Ribeira Brava
	1º domingo	Festa de Nossa Senhora Mãe de Deus	Tabúa
	Abril/maio	Festa do Espírito Santo	Serra de Água
Junho	Domingo mais próximo do dia 10	Festa da Santíssima Trindade	Tabúa
	3º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	São João
	23 e 24	Festa de S. João	Ribeira Brava
	28 e 29	Festa de S. Pedro	Ribeira Brava
Julho	1º domingo a seguir de S. Pedro	Festa do Santíssimo Sacramento	São Paulo
	1º domingo a seguir de S. Pedro	Festa do Santíssimo Sacramento	Ribeira Brava
	3º domingo	Festa do Espírito Santo	Campanário
	Último domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Campanário
Agosto	1º domingo	Festa de S. Paulo	Ribeira Brava
	14 e 15	Festa de Nossa Senhora do Monte	Serra de Água
	15	Festa de Nossa Senhora da Ajuda	Serra de Água
	Domingo seguinte à festa de Nossa Senhora da Ajuda	Festa do Santíssimo Sacramento	Serra de Água
	3º domingo	Festa de Nossa Senhora da Glória	Campanário
Setembro	1º domingo	Festa de Nossa Senhora do Amparo	Ribeira Brava
	2º domingo	Festa de Nossa Senhora dos Remédios	Quinta Grande
	3º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Quinta Grande
	3º domingo	Festa de S. Cristóvão	Ribeira Brava
	Último domingo	Festa de Nossa Senhora do Bom Despacho	Campanário
	Último domingo	Festa de Nossa Senhora da Saúde	Tabúa
Outubro	1º domingo	Festa de Nossa Senhora da Boa Morte	Ribeira Brava
	1º domingo	Festa de Nossa Senhora do Amparo	S. João
Novembro	No dia 21 ou no domingo mais próximo	Festa de Nossa Senhora da Apresentação	Ribeira Brava
Dezembro	8	Festa de Nossa Senhora da Conceição	Ribeira Brava

Festas de Cariz Religioso

Outros Eventos

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pela DRT, Diocese do Funchal e Periódicos locais.

O concelho da Ribeira Brava apresenta um calendário de eventos pouco diversificado ao longo do ano, verificando-se uma enorme preponderância para os eventos de cariz religioso. Entre os assinalados no quadro, ressaltamos os que traduzem de forma mais acentuada a identidade histórica e cultural deste concelho:

- Mostra de Artesanato e Tradições Locais - Antigamente denominada «Festa da Poncha». É um evento de cariz popular que decorre durante dois dias, com muito humor e animação musical. O visitante poderá provar a tradicional “Poncha” nas típicas barracas de comes e bebes. Nas restantes barracas poderá observar e comprar o que melhor se faz dentro do artesanato local (DN 24-I-2013).
- Encontro Regional de Bandas Filarmónicas – Anualmente na Ribeira Brava é celebrado o Encontro Regional de Bandas com o objetivo de preservar e divulgar o proeminente património musical da RAM. O cortejo de bandas que desfila pelas ruas da cidade é a principal atração. No final todas as bandas reúnem-se em frente à igreja e tocam em conjunto um hino para animar todos os visitantes (JM, 13-V-2012).
- Arraiais Madeirenses – Na Ribeira Brava distinguem-se os seguintes: em maio, as Festas do Espírito Santo; em junho, a Festa de S. Pedro e em julho, as Festas do Santíssimo Sacramento.

Concelho de Santa Cruz

O concelho de Santa Cruz possui um calendário diversificado com eventos ao longo do ano, embora com maior evidência entre os meses de maio e setembro, devidamente ilustrados no quadro que se segue:

Quadro 76 – Calendário de Eventos do Concelho de Santa Cruz

Mês	Data	Festa/Evento	Localidade
Janeiro	1	Festa do Salvador	Santa Cruz
	5	Cantar dos Reis	Santa Cruz
	15	Festa de Santo Amaro	Santa Cruz
	No sábado mais próximo do dia 17	Festa de Santo Antão	Caniço
Maio	13	Festa de Nossa Senhora de Fátima	Lombada
	--	Madeira Islands Open (Golfe)	Sto. António da Serra
	--	Festa da Cebola	Caniço
	Abril/maio	Festa do Espírito Santo	Caniço
	Abril/maio	Festa do Espírito Santo	Camacha
	--	Festa do Espírito Santo	Santa Cruz
	--	Procissão das Velas	Gaula
Junho	No domingo a seguir ao dia 13	Festa de Santo António	Sto. António da Serra
	3º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Caniço (Assomada)
	2ª quinzena	Festas do Concelho	Santa Cruz
	No domingo mais próximo do dia 26	Festival de Folclore	Santa Cruz
	28 e 29	Festa de S. Pedro	Lombada
Julho	1º domingo a seguir à Festa de S. Pedro	Festa do Santíssimo Sacramento	Lombada
	2º domingo	Festa da Mãe de Deus	Caniço
	3º domingo	Festa do Senhor	Santa Cruz
	Último domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Caniço
	Na 2ª feira seguinte ao último domingo	Festa do Sagrado Coração de Jesus	Caniço
Agosto	1º domingo	Festa do Senhor	Gaula
	2ª semana	Festival de Arte Camachense	Camacha
	2º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Achada de Gaula
	2º domingo	Festa do Senhor	Sto. António da Serra
	2º domingo	Festa de Nossa Senhora da Paz	Caniço (Eiras)
	Na 2ª feira seguinte ao 2º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Caniço (Eiras)
	3ª semana	Noites da Promenade do Caniço	Caniço de Baixo
	3º domingo	Festa de Nossa Senhora da Graça	Gaula (Achada)
	3º domingo	Festa de S. Lourenço	Camacha
	Último domingo	Festa de Nossa Senhora da Saúde	Sto. António da Serra (João Ferino)
Último domingo	Festa do Senhor	Camacha	
Setembro	8	Festa de Nossa Senhora dos Remédios	Santa Cruz
	2º domingo	Dia da Freguesia	Gaula
	2º domingo	Festa de Nossa Senhora do Livramento	Caniço
	3º domingo	Festa de Nossa Senhora da Luz	Gaula
	Último domingo	Festa de Nossa Senhora das Dores	Caniço (Assomada)
	Último domingo	Festa de Nossa Senhora da Saúde	Sto. António da Serra
Outubro	--	Festa da Maçã	Camacha
Novembro	--	Feira da Agricultura da Camacha	Camacha
	25	Festa do Cristo Rei	Garajau
Dezembro	21	Noite de Mercado	Santa Cruz

Festas de Cariz Religioso

Outros Eventos

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pela DRT, Diocese do Funchal e Periódicos locais.

O concelho de Santa Cruz apresenta um calendário de eventos diversificado ao longo do ano, verificando-se um relativo predomínio nos eventos de cariz religioso. Entre os assinalados no quadro, ressaltamos os que traduzem de forma mais acentuada a identidade histórica e cultural da população deste concelho:

- Madeira Islands Open (Golfe) - O Madeira Islands Open é um evento anual incluído na PGA European Tour – um torneio profissional de golfe que decorre no Campo de Golfe do Santo da Serra, atraindo alguns dos melhores jogadores do mundo. O visitante que goste de jogar golfe, esta é uma das melhores oportunidades para assistir e participar num evento deste género, num dos melhores campos de golfe da Madeira (JM, 07-V-2012).
- Festa da Cebola – Esta festa ocorre anualmente no Caniço, no Largo em frente à igreja. É um evento popular com larga tradição na freguesia do Caniço. O visitante poderá assistir ao Cortejo da Cebola, um desfile de carros profusamente decorados e a um leilão alusivo à cebola. Para além das diversas exposições de cebola e das atrações musicais, o visitante poderá ainda e provar as delícias da gastronomia regional (JM, 14-V-2012).
- Festival de Folclore – Anualmente no concelho de Santa Cruz é promovido o Festival de Folclore com o objetivo de preservar e divulgar os usos, costumes e tradições do concelho e da Madeira. O primeiro encontro de folclore ocorreu em 1995. Atualmente é a Casa do Povo de Santa Cruz que dinamiza o evento.
- Festival de Arte Camachense – Este evento dedicado às tradições locais, realiza-se anualmente na Camacha e encerra celebrações de duas décadas de arte, cultura e entretenimento tradicional. O visitante poderá observar a qualidade e diversidade de diferentes trabalhos em Vime e Bordado Madeira, visitar exposições, algumas dedicadas às artes plásticas, num ambiente festivo onde não faltam as danças folclóricas e a gastronomia tradicional (JM, 24-V-2012).
- Noites da Promenade do Caniço - No Caniço de Baixo, o visitante poderá desfrutar de algumas noites de verão no passeio marítimo dos Reis Magos

e deliciar-se com a gastronomia local, num ambiente festivo com música popular madeirense (JM, 24-VIII-2012).

- Festa da Maçã – Anualmente na Camacha celebra-se a emblemática Festa da Maçã num ambiente de forte animação popular, com atuações de diferentes grupos folclóricos. O visitante poderá assistir a uma demonstração da prensa de Sidra e provar a agradável Sidra fresca. (JM, 12-X-2012).
- Arraiais Madeirenses – No concelho de Santa Cruz, os arraiais mais procurados são: em junho, as Festas do Concelho e a Festa de S. Pedro; em julho, as Festas do Santíssimo Sacramento e a Festa do Senhor e em agosto, a Festa de S. Lourenço.

Concelho de Santana

O concelho de Santana possui um calendário diversificado com eventos ao longo do ano, embora com maior evidência entre os meses de maio e agosto, de acordo com o quadro seguinte:

Quadro 77 – Calendário de Eventos do Concelho de Santana

Mês	Data	Festa/Evento	Localidade
Janeiro	No dia 17 ou no domingo seguinte	Festa de Santo Antão	Ilha
	No dia 17 ou no domingo seguinte	Festa de Santo Antão	Santana
	18	Cortejo: "Varrer os Armários"	Arco de S. Jorge
Fevereiro	2º domingo (antes do dia de Entrudo)	Festa de Compadres	Santana
	Fevereiro/março	Exposição da Anona	Faial
Março	19	Semana de S. José	Arco de S. Jorge
Maio	--	Exposição Regional do Limão	Ilha
	Última semana	Semana Cultural da Ilha	Ilha
	--	Procissão das Velas	Ilha
Junho	1º domingo	Festa do Sagrado Coração de Jesus	São Jorge
	13	Festa de Santo António	Faial (sítio das Cruzinhas)
	No domingo a seguir ao dia 13	Festa de Santo António	Santana
	24	Festa de S. João	S. Roque do Faial
	29	Festa de S. Pedro	São Jorge
	29	Festa de S. Pedro e Comemoração do Aniversário de Santana como Reserva Mundial da Biosfera	Rocha do Navio
	Junho/julho	Festa de S. José	Arco de S. Jorge
Julho	--	Festa de S. Pedro	Calhau de S. Jorge
	--	Mostra Gastronómica de Santana	Santana
	2º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Arco de S. Jorge
	Penúltimo fim-de-semana	Encontro de Grupos Culturais (corais) do Concelho	S. Roque do Faial
	Último domingo	Festa de Santa Ana	Santana
	--	48 horas a bailar / Festival Regional de Folclore	Santana
Agosto	1º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Santana
	2º domingo	Festa do Senhor	S. Jorge
	16	Festa do Senhor	S. Roque do Faial
	--	Festa do Emigrante	Ilha
	3º domingo	Festa de S. Jorge	S. Jorge
	Último domingo	Festa de S. Roque	S. Roque do Faial
	--	Festival da Canção do Faial	Faial
Setembro	3º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Faial
	Último domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Ilha
Outubro	1º domingo	Festa do Rosário	Ilha
	3º domingo	Festa de Nossa Senhora da Penha	Faial

Festas de Cariz Religioso

Outros Eventos

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pela DRT, Diocese do Funchal e Periódicos locais.

O concelho de Santana apresenta um calendário de eventos diversificado ao longo do ano, verificando-se um relativo predomínio nos eventos de cariz religioso. Entre os assinalados no quadro, ressaltamos os que traduzem de forma mais acentuada a identidade histórica e cultural da população deste concelho:

- Festa dos Compadres – Este evento de cariz cultural é uma tradição com mais de 80 anos que marca a abertura do Carnaval madeirense. O objetivo é a preservação da tradição e cultura local por forma a contribuir para a valorização do património rural deste concelho. O Cortejo Etnográfico, onde desfilam engraçadas figuras gigantescas pelas ruas de Santana acompanhadas por música, dança e folia marca a originalidade deste evento. O cortejo representa um julgamento popular entre os Compadres e as Comadres, acusados de infidelidades e outros pecados, que no final serão queimados num aparatoso ritual público. O visitante poderá assistir a quatro dias de festa repleta de sátira social, especialidades gastronómicas regionais e muita animação, incluindo atuações teatrais e declamação de quadras locais (DN, 31-I-2013).
- Exposição da Anona – Este evento, também conhecido como Festa da Anona, celebra-se desde 1990 e ocorre no Faial, na costa norte da ilha. A anona é muito cultivada no Faial e com este evento os produtores locais pretendem promover o fruto num ambiente de festa, repleta de animação popular. Desde 2000, a anona da Madeira é reconhecida pela União Europeia como uma Denominação de Origem Protegida (JM, 26-II-2012).
- Exposição Regional do Limão – Este evento é um dos principais da freguesia da Ilha, no concelho de Santana. Conhecido como Festa do Limão, oferece ao visitante exposições de limões, entretenimento tradicional, gastronomia, música ao vivo e a célebre festa do despique (JM, 19-IV-2012).
- Mostra Gastronómica de Santana - Neste evento, o visitante poderá assistir a muitas atividades, para além de um profuso entretenimento. O ponto alto do evento recai nos pratos tradicionais de diferentes sabores que os visitantes podem apreciar, como as sopas «fortes com produtos frescos da terra» (JM, 08-VII-2012).
- 48 Horas a Bailar – Este evento de cariz cultural é um Festival Regional de Folclore que acontece anualmente em Santana. Nele participam grupos folclóricos de toda a ilha da Madeira e de outros países que atuam num período de 48 horas. O visitante poderá assistir às atuações dos diferentes grupos folclóricos, num ambiente festivo repleto de muitas barraquinhas

com comida e bebida regional e entretenimento durante toda a noite (JM, 13-VII-2012).

- Arraiais Madeirenses – Em Santana, os mais difundidos são: em março, a Semana de S. José; em junho, a Festa de S. Pedro; em julho, a Festa de Santa Ana e em agosto, a Festa do Senhor.

Concelho de São Vicente

O concelho de S. Vicente possui um calendário pouco diversificado com eventos essencialmente de cariz religioso, embora com maior evidência entre os meses de julho e setembro, conforme quadro que se segue:

Quadro 78 – Calendário de Eventos do Concelho de S. Vicente

Mês	Data	Festa/Evento	Localidade
Janeiro	22	Festa de S. Vicente	S. Vicente
Maio	--	Procissão das Velas	Ponta Delgada
	--	Procissão das Velas	Fajã do Penedo
Junho	2º fim-de-semana	Feira das Sopas de Campo	Boaventura
Julho	1º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Rosário
	3º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Feiteiras
	Último domingo	Festa de Nossa Senhora da Paz	Feiteiras
Agosto	1º domingo	Festa da Sagrada Família	Boaventura (Falca)
	1º domingo	Festa de Nossa Senhora da Saúde	Lameiros
	1º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Lameiros
	2º domingo	Festa de Nossa Senhora da Assunção	Ponta Delgada
	15	Festa da 1ª Lombada (Festa do Imaculado Coração de Maria na Capela da Lombada)	Ponta Delgada
	3º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Boaventura
	Última semana	Semana de S. Vicente	S. Vicente
Último domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	S. Vicente	
Setembro	1º domingo	Festa do Senhor Bom Jesus (Santíssimo Sacramento)	Ponta Delgada
	2º domingo	Festa da Fajã do Penedo	Boaventura
	3º domingo	Festa do Santíssimo Sacramento	Fajã do Penedo
Outubro	1º domingo	Festa de Nossa Senhora do Rosário	Rosário
Dezembro	22	Noite de Mercado	S. Vicente

Festas de Cariz Religioso

Outros Eventos

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pela DRT, Diocese do Funchal e Periódicos locais.

O concelho de S. Vicente apresenta um calendário de eventos com um forte predomínio nos de cariz religioso. Entre os assinalados no quadro, ressaltamos os que traduzem de forma mais acentuada a identidade histórica e cultural da população deste concelho:

- Feira das Sopas do Campo – Neste evento são normalmente apresentadas cerca de duas dezenas de sopas para que os visitantes possam saborear. O certame inclui muitos momentos musicais (DN, 07-VI-2012).
- Arraiais Madeirenses – Quanto à procura, este é o concelho com maior número de arraiais: em julho, a Festa do Santíssimo Sacramento e a Festa de Nossa Senhora da Paz; em agosto, as Festas do Santíssimo Sacramento e a Festa da 1ª Lombada; em setembro, a Festa do Senhor Bom Jesus e a

Festa da Fajã do Penedo e em outubro, a Festa de Nossa Senhora do Rosário (último grande arraial de verão da Madeira).

3.3.3 MUSEUS

Os principais museus da ilha da Madeira localizam-se essencialmente no concelho do Funchal, existindo em alguns concelhos pequenos núcleos museológicos ou museus com exposições específicas que pretendem retratar alguma atividade ou personalidade que interesse preservar na memória histórica e cultural desse concelho, conforme se pode constatar pelo seguinte quadro.

Quadro 79 – Museus - Madeira

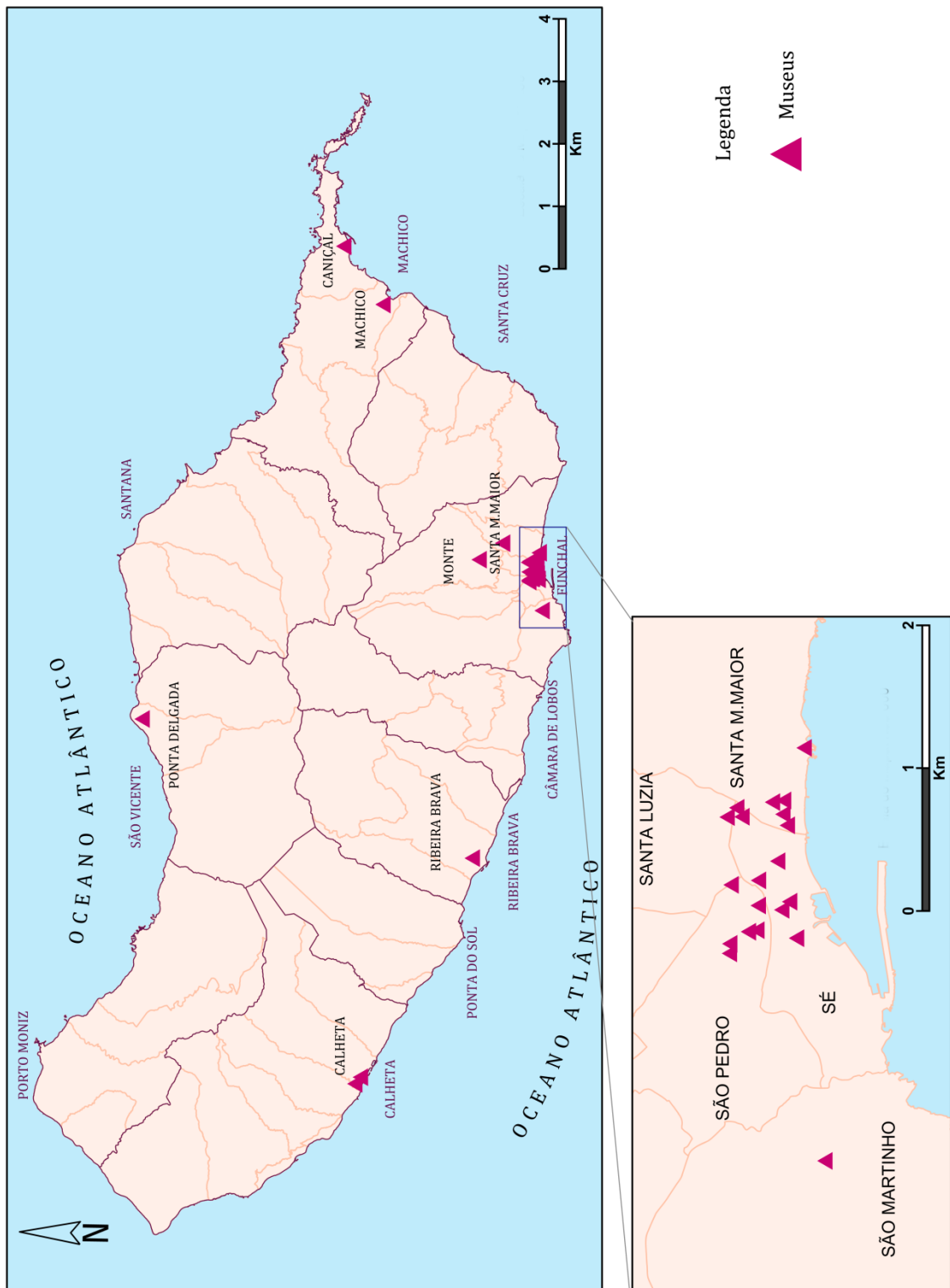
Concelho	Museu	Espólio/Coleções
Calheta	Centro das Artes "Casa das Mudas"	Neste polo cultural decorrem várias exposições temporárias, espetáculos de teatro e dança, cinema, etc.
Funchal	Casa Museu Frederico de Freitas	Reúne diversas coleções de azulejos, canecas, bules e cerâmica, escultura religiosa, estampas antigas e móveis de estilo neoclássico e Arte Nova.
	“Universos de Memórias” - J.C. Abreu	Apresenta uma grande variedade de peças, oriundas dos países visitados pelo doador.
	Madeira Story Centre	Centro temático e interativo sobre a história e a cultura da Madeira.
	Museu-Biblioteca Mário Barbeito de Vasconcelos	Exposição de uma coleção privada sobre Vasco da Gama: mapas, gravuras, livros e moedas referentes a Cristóvão Colombo.
	Museu de Arte Contemporânea	Encerra uma ampla coleção de arte contemporânea portuguesa desde os anos 60 até a atualidade.
	Museu de Arte Sacra	Possui uma das melhores coleções de pintura religiosa flamenga dos séculos XV e XVI existentes em Portugal. Apresenta ainda trajes litúrgicos, peças de ourivesaria, esculturas religiosas e pintura portuguesa.
	Museu Casa da Luz	Coleção composta por modelos raros de máquinas e aparelhos com mais de meio século.
	Photografia Museu Vicentes	Arquivos fotográficos e máquinas com mais 100 anos.
	Museu do Brinquedo	Coleções de brinquedos antigos.
	Museu do Vinho	Possui máquinas, gravuras, fotografias e utensílios elucidativos das diferentes fases da cultura e produção do vinho da Madeira.
	Museu Henrique e Francisco Franco	Apresenta esculturas, gravuras e desenhos da autoria de Francisco Franco e, pinturas a óleo e desenhos a carvão de Henrique Franco.
	Museu Monte Palace	Expõe duas coleções, uma de minerais e outra de escultura contemporânea do Zimbábue.
	Museu Municipal do Funchal (História Natural)	Exposição da fauna, flora e geologia do Arquipélago.
	Museu da Quinta das Cruzes	Apresenta mobiliário português e estrangeiro desde os séculos XVI ao XIX, porcelanas da Companhia das Índias e Europeias, faianças portuguesas, marfins indo-portugueses, escultura flamenga e portuguesa, presépios, pinturas e gravuras.
Museu da Madeira Wine	Possui cartas de personalidades famosas, documentos das firmas inglesas que deram origem à “Madeira Wine Co.”, livros, utensílios, um	

		lagar do séc. XVII e máquinas de épocas remotas.
	Núcleo Museológico da Cidade do Açúcar	Este núcleo pretende demonstrar a relevância do fabrico e exportação do açúcar nos séculos XV e XVI na Madeira.
	Núcleo Museológico do IBTAM (Museu do Bordado)	Expõe processos de execução do Bordado Madeira, peças de bordado, tapeçarias e embutidos em madeira.
	Núcleo Museológico do Museu Militar do Palácio de São Lourenço	A exposição oferece uma perspetiva da história e do desenvolvimento da Fortaleza de São Lourenço.
	Núcleo Museológico Mary Jane Wilson	A exposição pretende apresentar a vida e obra da Irmã Mary Jane Wilson (1840-1916), fundadora da congregação das Irmãs Franciscanas de Nossa Senhora das Vitórias e de várias outras instituições na Madeira.
Machico	Museu da Baleia	Apresenta a história da caça à baleia e das atividades associadas. Possui um barco "Baleeira", ossos e dentes de baleia, fotografias e gravuras alusivas às baleias.
	Núcleo Museológico de Machico	Mostra de uma forma interativa, narrativas e personagens ligadas à história da atual Cidade de Machico.
Ribeira Brava	Museu Etnográfico da Madeira	Encerra coleções de objetos etnográficos, testemunhos da cultura e sociedade madeirenses.
S. Vicente	Casa-Museu Dr. Horácio Bento de Gouveia	Expõe diversas peças antigas, assim como objetos representativos do percurso profissional do escritor.

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pela DRAC (2012).

Face à dimensão reduzida da ilha da Madeira e às infraestruturas terrestres que atualmente a Ilha possui, podemos afirmar que os visitantes alojados nas unidades de turismo em espaço rural nos restantes concelhos, caso o desejem, não encontrarão dificuldades em visitar os museus que se localizam no concelho do Funchal.

Figura 54 – Museus – Ilha da Madeira



Base cartográfica cedida pela Direção Regional do Ordenamento do Território e Ambiente.
Elaboração própria.

3.3.4 GASTRONOMIA E VINHOS

Segundo os historiadores a ilha da Madeira passou por diferentes ciclos económicos desde a sua descoberta à atualidade.

Os primeiros, articulados segundo o regime produtivo da monocultura dirigida à exportação, foram o ciclo dos cereais no século XV, logo seguido, ainda no mesmo século, pelo ciclo do açúcar que prosperou até que «*a indústria do açúcar foi sacudida por anos de forte recessão, a partir de meados do século XVI, determinada pela concorrência, pela baixa dos preços e sobretudo pela quebra da produtividade dos solos*» (Nepomuceno, 1994: 65). Face à decadência do ciclo do açúcar, a Madeira entrou no século XVII, no ciclo do vinho:

«Podemos afirmar que desde a segunda metade do século XVII, até aos primeiros anos do século XIX, o ciclo do vinho voltou a tornar a Madeira famosa em todo o Mundo, sendo certo que a economia do Arquipélago conheceu um segundo período de expansão e até de certo esplendor e o porto do Funchal continuou a ser frequentado por muitos navios de todos os quadrantes».

(Nepomuceno, 1994: 81)

O predomínio destes produtos sucedeu apenas no setor da exportação e não na economia local da Madeira, onde se continuaram a plantar todas essas culturas, algumas delas, no mínimo, como base de subsistência.

No século XX, o vinho foi ultrapassado pelo atual ciclo do Turismo, o qual já começara a trazer alguns frutos em séculos anteriores:

«A segunda metade do século XVIII trouxe a revelação da Madeira como estância para o turismo terapêutico, pelas qualidades profiláticas atribuídas ao clima na cura da tuberculose. O Funchal foi considerado a primeira e principal estância de cura e convalescença da Europa. [...] a presença assídua destes doentes suscitou a necessidade de criação de infra-estruturas de apoio. Como sanatórios e hospedagens. Foi a partir daqui que se estabeleceram as primeiras infra-estruturas hoteleiras que fizeram com que o turismo passasse a ser uma actividade organizada e relevante para a economia da Ilha».

(Vieira, 2001:243)

Na sequência do povoamento e colonização do arquipélago, a sociedade madeirense começou a compor-se com base nos colonos vindos do Reino e estrangeiros, sendo a mão-de-obra escrava oriunda das Canárias e Costa da Guiné (Vieira, 2001:128). Esta nova sociedade insular, composta maioritariamente por um grupo inicial de

povoadores europeus, seguiu um modelo semelhante à sociedade portuguesa. O estatuto social dos madeirenses foi desde início definido consoante a origem familiar, a riqueza e o exercício do poder.

A riqueza do solo facilitou a estrutura do setor produtivo e definiu desde o início as componentes da dieta alimentar da sociedade insular: cereais, produtos hortícolas, frutícolas, vinho e gado. Face às exigências económicas, surge a cultura do açúcar para as trocas comerciais. A par da atividade agrícola, outros recursos foram desenvolvidos para integrarem a dieta alimentar: a pesca e a silvicultura:

«Deserto ao tempo dos Descobrimentos, naturalmente que não é possível encontrar no arquipélago da Madeira pratos autóctones, baseados em hábitos alimentares anteriores à chegada dos portugueses [...]. Isto não quer dizer que a culinária e a doçaria madeirenses sejam a transformação e adaptação dos hábitos gastronómicos dos continentais. [...] num clima subtropical como o da Madeira, desenvolvem-se com facilidade espécies raras no continente português que são matéria-prima para doces e cozinhados típicos e diferentes [...] para não falar dos peixes que os mares profundos e quentes da Madeira produzem. Por outro lado, o isolamento aguça o engenho e deste engenho saíram combinações culinárias de gosto delicado».

(Clode e Adragão, 1989: 215)

De acordo com o regime de propriedade instaurado na Ilha, existiam os «morgados ou senhorios» e os «colonos». Os «morgados ou senhorios» eram os proprietários da terra, os «colonos» eram os homens que cultivavam as terras. A debilidade económica do camponês madeirense (colono), fruto da sua baixa condição social nesta nova sociedade insular, foi uma realidade constante que se manteve até ao século XX, tendo contribuído para a eclosão de surtos migratórios maciços a partir do século XIX (Vieira, 2001).

Nesta sociedade, o poder económico da aristocracia insular permitiu-lhe manter a dieta alimentar a que estava habituada no Reino, recorrendo à importação dos produtos que não existiam na Ilha. Por outro lado, a dieta dos camponeses era muito pobre, para além da fruta da estação, consumiam o inhame e raramente comiam carne ou pão. Era uma dieta que dependia da época e do local (Silva, 1994: 154):

«Uns anos mais entrados no século XVIII e ainda no século XIX, a alimentação do camponês continua pobre em carne ou peixe. Tentam equilibrar com o inhame, trigo, centeio e cevada, utilizando o pão e, depois a batata (semilha), que é de introdução realmente mais tardia, surgindo em Portugal no século XVII e só sendo conhecida em Trás-os-Montes e Madeira em fins do século

XVIII. A batata-doce surgira mais cedo. Utilizam ainda verduras e legumes [...], nem saboreiam o vinho que produzem, contentando-se com a água-pé na época das vindimas».

(Silva, 1994: 154)

Ainda no século XIX, o camponês consumia essencialmente legumes, dois tipos de batata (a batata doce e a «semilha»), o inhame e a farinha de milho cozida com couve. Quanto à carne, dificilmente experimentava a carne de vaca que era sobretudo substituída pela galinha, em dias festivos e pela carne de porco, no Natal. No peixe, consumia o mais económico, o peixe seco (gaiado ou gata). Os habitantes do litoral sul recorriam à cavala, ao chicharro e ao atum. Nesta classe social, o pão era praticamente inexistente, sendo substituído pelo «milho frio» (Silva, 1994: 154).

A farinha de milho cozida, atualmente denominada «milho quente» ou «milho cozido» tinha múltiplas utilizações. Quando ingerida quente, era um género de papa que servia de prato principal. Quando fria, solidificava e poderia ser utilizada como pão para saborear de forma individual ou na «açorda» (género de sopa com fragmentos de pão ou de milho) ou ainda em pequenos cubos fritos como acompanhamento de um prato principal.

As classes médias e mais abastadas tinham uma dieta alimentar mais rica, onde não faltavam as carnes de vaca e de porco, os peixes finos, a manteiga, os queijos, os presuntos, o café, o chá, etc. Segundo António Silva a mesa do clero e dos morgados era conhecida como:

«[U]ma mesa excessiva e gulosa. As senhoras madeirenses, aparentemente pertencentes a uma burguesia mediana ou abastada, são normalmente consideradas gordas pelos estrangeiros. E isso não pode ser assacado apenas à reclusão e falta de exercício. A alimentação abundante e as gulodices ajudavam».

(1994: 155)

As doçarias foram desenvolvidas nos conventos, tendo as freiras do Convento de Santa Clara ficado famosas pelas suas criações culinárias e as do Convento das Mercês pelo prestigiado Bolo de Mel (Silva, 1994:156).

António Silva não se coíbe nas afirmações que tece ao clero, principalmente em relação aos excessos cometidos na alimentação:

«De qualquer modo, achamos que em matéria de jejum as freiras cometiam os seus pecados. No Convento da Encarnação o apetite não era menor: consumiam-se mensalmente 100 arrobas de carne de vaca, 1000 quilos de bacalhau e 398 arrobas de farinha [...]. Abençoadas freirinhas!».

(Silva, 1994:156)

A gastronomia tradicional madeirense apresenta uma viva ligação com os produtos provenientes do solo madeirense. Muitos dos ingredientes proveem da fauna e da flora do arquipélago. A ligação entre o meio social, cultural e económico da população madeirenses com a sua gastronomia é profunda e reflete a estrutura do seu quotidiano.

Em muitos casos a escolha não foi aleatória, dependeu de fatores económicos, políticos e históricos. Nas zonas junto ao mar, o madeirense incorporou na sua culinária os peixes e mariscos que pescava. Apesar de tudo, a gastronomia madeirense evoluiu ao longo dos séculos, fruto da qualidade de vida que a população foi obtendo.

Apesar da globalização e das mudanças de hábitos alimentares, na atualidade os madeirenses continuam a manter os pratos tradicionais nas suas ementas familiares, principalmente em épocas festivas, em reuniões familiares e, apesar do estilo de vida contemporâneo que nos obriga a mudar os hábitos alimentares, o madeirense não permite que esses novos sabores suplantem o paladar da sua gastronomia tradicional.

As receitas passaram de pais para filhos e por serem muito trabalhosas, necessitando de muito tempo para a confeção de um prato, muitos madeirenses já não as preparam com tanta frequência nas suas casas e recorrem com relativa assiduidade a restaurantes onde as preparam como antigamente. Existem diversos restaurantes na ilha da Madeira que oferecem nas suas ementas pratos tradicionais madeirenses, existindo essa possibilidade em todos os concelhos da Ilha.

A singularidade da gastronomia madeirense reside nos hábitos da população rural, é uma gastronomia de dimensão local limitada pelo território, pelo que traduz vivamente a identidade cultural da população madeirense, os seus costumes, a sua história, numa relação perfeita com os produtos regionais.

A gastronomia é um património cultural a preservar, a continuidade desse património depende da sua transmissão e manutenção, de geração em geração, por parte da comunidade à qual pertence.

Por outro lado, o turismo tem desempenhado um papel fundamental na sua recuperação e preservação. Em grande parte, foi graças ao turismo que a gastronomia madeirense galgou a esfera familiar para a comercial.

O PENT (2007-2015) distingue a Gastronomia e Vinhos pela sua relevância e potencial enquanto produto na aposta turística de uma região, quer pela tradição, quer pela qualidade dos produtos.

A gastronomia madeirense é uma herança comum, transmitida de gerações em gerações e é também um forte atrativo turístico-cultural.

Quadro 80 – Gastronomia Madeirense

TIPO	IDENTIFICAÇÃO DO PRATO	
Sopas	Açorda	Sopa de Moganga
	Caldo de Carne	Sopa de Tomate e Cebola
	Sopa do Campo	Sopa de Trigo
	Sopa de Milho Pisado	
Peixe	Atum Assado	Cavalas com Molho de Vilão
	Atum de Escabeche	Cavalas Salgadas
	Atum Salpresado ou Atum de S. João	Espada de Vinha d'Alhos
	Bacalhau de S. Martinho	Espada Enrolada
	Bifes de Atum	Gaiado com Molho de Vilão
	Caldeirada à Madeirense	Peixe Espada em Salsa
Carne	Cabeça e Barriga de Porco fumadas	Espetada
	Carne Assada na Panela	Macarrão
	Carne Assada no Forno	Sangue de Porco Guisado
	Carne de Vinha d'Alhos	Sarapatel
	Cozido à Madeirense	
Acompanhamentos	Cebolinhas de Escabeche	Maçarocas com Feijão e Batatas
	Arroz com Couve	Milho com Couve Picada
	Frangolho	Milho Cozido
	Inhame Cozido	Milho Frito
Pão	Bolo do Caco	Pão de Centeio
	Bolo Frito	Pão de Milho
	Pão de Casa ou Pão de Família	
Doces	Pudim de Papaia	Broas da Madeira
	Pudim de Veludo ou Pudim de Ovos	Broas de Mel
	Bolo de Família	Fartes de Batata Doce
	Bolo Podre da Madeira	Queijadas da Madeira
	Bolo Preto	Panquecas de Abóbora
	Bolo de Mel	Recheios de Batata Doce
Saladas de Fruta	Salada de Fruta de Verão	Salada de Papaia e Maracujá
Bebidas	Aguardente com Mel	Licor de Pitanga
	Licor de Ginja	Licor de Tangerina
	Licor de Leite	Poncha
	Licor de Maracujá	Tintantum

Fonte: Elaboração Própria a partir de (Figueira, 2002), (Modesto, 1982).

O Vinho Madeira é mundialmente aceite como um vinho único. Possui uma história de cinco séculos de vivências, experiências e sabores que se transmitiram de gerações em gerações. Foi o responsável pela criação de uma paisagem vitícola

madeirense, universalmente única. A par da gastronomia é uma herança ancestral comum, um património cultural a preservar e divulgar:

«O vinho da madeira é inimitável pelo simples facto de que resulta, não só das propriedades comuns a cada casta, mas também das condições do solo e da variedade de microclimas da Ilha, que determinam em última instância as suas peculiaridades, nomeadamente uma elevada acidez que o favorece no processo de envelhecimento».

(Vieira, 2001:181)

A introdução dos vinhedos na Madeira deve-se ao Infante D. Henrique que ordenou a sua plantação desde os primórdios do povoamento da Ilha. Um dos primeiros testemunhos sobre a produção vinícola madeirense é da autoria de Cadamosto, ao referir-se em 1455, às plantações de vinha nas encostas solarengas da Ilha.

«O vinho Madeira é inimitável pelo simples facto de que resulta, não só das propriedades comuns a cada casta, mas também das condições do solo e da variedade de micro-climas da Ilha, que determinam em última instância as suas peculiaridades, nomeadamente uma elevada acidez que o favorece no processo de envelhecimento. A vinha foi companheira do cereal logo nos primeiros momentos de ocupação do Arquipélago. O ritual cristão fez valorizar ambos os produtos que, por isso mesmo, acompanharam o avanço da cristandade».

(Vieira, 2001:181)

Diversos escritores, entre eles, o Conde Canavial, Paulo Perestrelo da Câmara, Alberto Vieira e outros atestam que durante o século XVI os vinhos Madeira eram perfeitamente conhecidos na Europa e no mercado colonial a partir do século XVII.

Desde o século XVII que no Oceano Atlântico, a ilha da Madeira foi um ponto de escala obrigatório para a navegação, num período de decadência do comércio do açúcar e de ascensão do comércio do vinho que já no século anterior, era a segunda atividade económica da Madeira. O ciclo do vinho sofreu algumas quebras, em particular durante o século XIX. Na primeira metade do século apresentou um período áureo, contrariamente à segunda metade que se caracterizou por duas épocas cruciais: a primeira, entre 1852 a 1862, em que as vinhas foram devastadas por uma praga, o *Oidium tuckeri*; e a segunda, entre 1872 e 1885, em que a destruição foi provocada pela *Phylloxera vastatrix*:

«A filoxera, a partir de 1872, alterou o panorama das castas de produção do vinho. Para combater o insecto, que atacava a raiz, a solução estava no recurso às castas resistentes

americanas como produtores de cavalos para enxertos. Todavia a elevada quantidade destas, originou um novo vinho denominado americano que apresentava uma qualidade inferior. As áreas de produção foram então definidas de acordo com a mesma orientação da qualidade dos vinhos. A vertente sul, dominada na quase totalidade pelo espaço da primitiva capitania do Funchal, foi onde se produziu o melhor vinho, enquanto a do norte, quase exclusiva da capitania de Machico, produzia vinho de inferior qualidade que raramente saía da Ilha, sendo usado para consumo corrente ou então utilizado no fabrico de aguardente».

(Vieira, 2001: 182)

No entanto, no final do século a produção de vinho apresentava uma recuperação considerável e em escala ascendente (Vieira, 2003).

O vinho Madeira foi exaltado por poetas, escritores, exploradores, viajantes; acompanhou personalidades e factos históricos, tendo por isso assumido uma dimensão perceptível na história mundial. Entre as muitas referências, gostaríamos de relembrar as seguintes:

- Eduardo VI, rei de Inglaterra, em 1478 terá ordenado a execução do duque de Clarence. Segundo consta, o duque solicitou uma morte por afogamento, numa pipa de malvasia (Vieira, 2001: 191).
- William Shakespeare refere-se ao malvasia por diversas vezes na sua obra. Na peça *Henrique IV*, Falstaff vende a sua alma «*por um copo de Madeira e uma perna de capão*» (Vieira, 2001: 191).
- O brinde da proclamação da independência dos EUA, no século XVIII, foi efetuado com um cálice de vinho Madeira (Vieira, 2001: 191).

Na atualidade, o vinho Madeira é um dos principais produtos de exportação da economia madeirense: «*O vinho persiste ainda hoje na economia madeirense sendo um dos principais produtos de exportação e conjuntamente com a banana, flores e produtos frutícolas a fonte de rendimento da economia agrícola*» (Vieira, 2001: 193).

É um vinho licoroso, com uma graduação alcoólica entre os 17° e os 22° que se obtém essencialmente a partir das castas Sercial, Verdelho, Boal e Malvasia.

À mesa, de acordo com os quatro tipos de vinho, as variantes de acompanhamento são as seguintes:

- O Madeira Seco (Sercial¹⁴²) é um excelente aperitivo;

¹⁴² O Sercial cresce nas zonas altas, entre os 600 e os 700 metros de altitude, essencialmente em Santo António, Jardim da Serra, Estreito de Câmara de Lobos, Campanário e na Fajã da Ponta do Pargo.

- O Madeira Meio Seco (Verdelho¹⁴³) pode acompanhar sopas;
- O Madeira Meio Doce (Boal¹⁴⁴) é o ideal para acompanhar os queijos;
- O Madeira Doce (Malvasia¹⁴⁵) é ótimo para acompanhar doces, chocolates, etc.

O vinho Madeira, graças às suas singulares particularidades pode ser consumido em qualquer momento.

¹⁴³ O Verdelho é cultivado entre os 400 e os 500 metros de altitude, em Câmara de Lobos, Estreito de Câmara de Lobos e Ribeira da Janela.

¹⁴⁴ O Boal é cultivado em zonas mais baixas, essencialmente Santo António, Câmara de Lobos, Campanário, Estreito de Câmara de Lobos, Paul do Mar e Ponta do Pargo.

¹⁴⁵ O Malvasia é o mais conhecido, cultiva-se em zonas baixas na costa sul da Ilha, sendo o da Fajã dos Padres, o mais famoso.

3.3.5 O ARTESANATO

O artesanato regional, fruto da cultura popular, oferece uma grande diversidade de artigos, entre os quais salientaremos os mais relevantes e os que apresentam continuidade e maior procura no momento presente.

«O homem desde os seus primórdios, criou formas funcionais que evoluíram ao longo dos séculos e reflectiram maneiras de ver, pensar e estar, relacionadas com o meio envolvente utilizando materiais que encontrou e dominou para melhorar as suas condições de vida e garantir a sua sobrevivência. Citemos como exemplo o barro, os juncos, os vimes, a madeira, a cortiça, a lã, o linho, outros como metais com os quais criou instrumentos para completar o principal instrumento – a Mão».

(Câmara, 1996: 32)

O Bordado Madeira é sem sombra de dúvidas o mais afamado, ostentando um influente reconhecimento regional e internacional. Parece que não subsistem provas sobre a existência desta indústria artesanal na Madeira, em data anterior ao século XIX. No entanto, alguns historiadores sustentam que o bordado madeirense já existia no século XV: *«Desde tempos remotos, que vão à época do povoamento, sempre se bordou na ilha, pois essa actividade feminina era inerente ao quotidiano da vida da mulher. Os bordados seriam semelhantes aos que se faziam no continente português, pois lembremo-nos que vieram famílias desde o Norte ao Sul do País»* (Clode e Adragão, 1989: 208).

Nesta arena de discussão reconhece-se que o incremento e a divulgação da indústria do Bordado Madeira radicam no século XIX, graças à ação de uma senhora inglesa, Miss Phelps, descendente de um comerciante de Vinho Madeira residente na Ilha que ensinou a um grupo de raparigas alguns pontos do bordado inglês:

«For more than one hundred years, the embroidery of Madeira has been considered to be the finest in the world. Prior to the early nineteenth century, the work consisted of the simple motifs of the native costumes of north and central Portugal, brought to the island of Madeira by the early settlers. In researching the history of Madeira embroidery, two people emerge as major influences on the industry: Miss Phelps, [...] and Charles L. Rolland, whose genius shaped the industry as we now know it».

(Walter & Holman, 1987: 11)

Miss Phelps, posteriormente apresentou esses bordados numa exposição ao público em 1850, na ilha da Madeira e no ano seguinte em Inglaterra (Silva e Meneses, 1984: 164). Por este motivo o primeiro mercado deste produto foi o inglês, ao qual rapidamente se agregaram outros mercados, fomentando um acréscimo na produção do Bordado Madeira e o advento de diferentes casas comerciais:

«The stitches first taught by Miss Phelps have been handed down from mother to daughter for more than a hundred years [...]. It takes many steps for an idea to become an embroidered reality. The design must be conceived, colors and fabrics selected and imported, stitches decided upon and counted, and price determined for feasibility of production».

(Walter & Holman, 1987: 27)

Ao longo dos tempos, o Bordado Madeira sofreu diversas influências, entre as quais se destacam as inglesas, francesas e alemães.

«Aos poucos o bordado da Madeira ganhou fama e surgiram novos mercados. Em 1863 exportava-se já para os Estados Unidos, enquanto na década de oitenta abriu-se o mercado alemão [...]. O Século XX marcou a diversificação dos mercados e a alteração da matéria-prima. O algodão e a cambraia cederam lugar ao linho cru e a linha dominante passou a ser a castanha. Aos tradicionais mercados juntaram-se o Brasil, EUA, Canadá, França e África do Sul».

(Vieira, 2001: 202)

No momento presente o Bordado Madeira é executado sobre diferentes tecidos, entre eles, o linho, o algodão, a seda e o organdi. As cores das linhas utilizadas dependem do mercado a que se destina. É possível encontrarmos Bordado Madeira elaborado com linha azul sobre tecido branco, com linha castanha sobre tecido cru, assim como bordados com linhas multicores.

Independentemente das alterações sofridas ao longo dos tempos, o Bordado Madeira tem mantido um fator determinante, a qualidade, cuja garantia é atestada através da aposição de um selo, pelo Instituto do Vinho, do Bordado, e do Artesanato da Madeira (IVBAM).

O visitante poderá comprar diferentes artigos de Bordado Madeira, desde peças de vestuário a toalhas de mesa e de mãos, lençóis de cama e pequenos artigos para decoração.

Um outro produto é a Tapeçaria Madeirense, a qual é um outro tipo de bordado que em lugar de tecido utiliza tela, sendo as linhas substituídas por fios de lã. A sua

origem continua envolta em mistério, existindo apenas relatos da sua aparição na exposição de 1850, em paralelo com os exemplares de Bordado Madeira. Neste tipo de bordado os artesãos recriam paisagens, flores, rostos e reproduções de pinturas e outras obras de arte, todas com uma grandiosa perfeição.

«A maior divulgação dada à tapeçaria foi por Max Kiekeben, que apareceu no Funchal como industrial de bordados em 1908. Era seu filho Herbert quem desenhava, usando, além dos seus originais, cópias de quadros célebres, modalidade que se mantém em quase todas as firmas hoje existentes. [...] As “tapeçarias” da Madeira demonstram muito pouca originalidade. Além das cópias de autores célebres, repetem-se os motivos florais dos séculos XVII e XVIII em estofos de cadeira, tapetes, carteiras, almofadas, etc.».

(Clode e Adragão, 1989: 210)

Existem essencialmente dois tipos de pontos, o *ponto grado*, como ponto base e no preenchimento de fundos e o *ponto miúdo*, utilizado para reproduzir cenas com maior pormenor. Para além destes dois pontos, existem ainda o *ponto «gobelin»*, de inspiração francesa, utilizado em trabalhos especiais quando é requerido um efeito de diferente textura e o *ponto alinhavo*, cuja função é a marcação do desenho e das cores para posterior acabamento (Clode e Adragão, 1989: 210).

O visitante poderá comprar um vasto leque de artigos de tapeçaria madeirense, como telas emolduradas e forros para almofadas ou cadeiras ou ainda pequenos artigos, como carteiras, porta-moedas, marcadores de livros, estojos para óculos ou para canetas, etc.

À semelhança do Bordado Madeira, a qualidade dos produtos de Tapeçaria Madeirense é garantida através da aposição de um selo, pelo Instituto do Vinho, do Bordado, e do Artesanato da Madeira (IVBAM).

Na tecelagem, destaca-se a tecelagem de lãs, em teares manuais, executados em madeira:

«No meio rural, surgiram algumas actividades caseiras específicas com o objectivo de satisfazer as necessidades da casa, de que se destacam o cultivo do linho e a tecelagem. A matéria-prima fundamental – o linho, a lã de ovinos e materiais de tinturaria – era de produção local, o que fazia com que muitas peças de lã, linho e estopa fossem mais baratas que os tecidos de garridas cores vendidos pelos adelos. [...] A estas duas matérias-primas (lã e linho) junta-se ainda a seda, de menor dimensão. [...] Uma vez disponível a matéria-prima, eram necessários teares e as

hábeis mãos das tecedeiras para poder dispor-se dos panos com os quais os alfaiates e costureiros faziam o corte do vestuário».

(Vieira, 2001: 206)

Os produtos são variados, desde camisolas, barretes e meias, tapetes, mantas, cobertores, etc. Entre os produtos mais conhecidos, salienta-se o Barrete de Vilão ou Barrete de Orelhas, o qual era utilizado antigamente pelos camponeses e sobretudo pelos pastores para proteção contra o frio. O barrete de vilão devido à sua anterior funcionalidade é constituído por um gorro com umas abas que podem estar levantadas ou não consoante o utente queira proteger a zona das orelhas, do vento e do frio.

Os artefactos em obra de vime, apesar da sua origem remontar à época do povoamento, só se encontram documentos relativos à sua comercialização a partir do século XIX (Clode e Adragão, 1989: 205).

A produção deste produto artesanal está muito ligada à Camacha, sendo esta freguesia o seu principal centro de produção em toda a Ilha:

«Outra actividade importante no domínio do artesanato foi a obra de vimes. Desde o século XVI que sabemos do fabrico de cestos de verga para os trabalhos agrícolas e serviços de casa. O cultivo do vimeiro adquiriu importância na segunda metade do século XIX, com especial incremento na freguesia da Camacha. Daí rapidamente se espalhou às freguesias do norte, nomeadamente a de Boaventura. [...] Na década de oitenta, o vime parece que sucumbiu face à concorrência, diminuindo a exportação em bruto e em obra. Hoje o principal mercado do vime está na venda aos locais e turistas».

(Vieira, 2001: 204)

O visitante poderá encontrar diferentes artigos executados em vime, como cestos, peças de mobiliário, objetos decorativos, suportes para garrafas de vinho (Silva e Meneses, 1984: 405) e réplicas dos famosos «carros de cesto» da Madeira (antigo meio de transporte, fabricado em vime): *«Falando de diversos cestos da Ilha da Madeira, não posso deixar de mencionar o tradicional e curioso cesto que constitui um meio de transporte tão apreciado pelos turistas; este cesto, feito de vime, assenta sobre peças de madeira untadas com sebo, o que facilita a descida»* (Rodrigues, 2000: 18).

Paralelamente à obra de vime, coexiste um outro tipo de artesanato dentro do mesmo ramo, os trabalhos em palha de bananeira, giesta e urze, os quais são essencialmente utilizados na cestaria:

«Se é inegável que uma orografia inóspita, de altos montes e vales profundos, provoca o isolamento e a difícil circulação entre as populações, também é certo que uma flora rica e envolvente vai permitir o aparecimento espontâneo de diversas actividades de carácter artesanal pouco conhecidas actualmente, mas que outrora eram importantes, não só para o uso diário dos habitantes, mas até para a confecção de artefactos de valor».

(Camacho, 1995: 14)

Embora pouco difundida, existe a produção artesanal de instrumentos musicais, em especial dos que acompanham as melodias do folclore madeirense: as castanholas, o braguinha e o brinquinho, sendo este último caracteristicamente madeirense, de acordo com a descrição:

«O brinquinho é um instrumento folclórico que é usado para bater o compasso aos sons das músicas regionais. É um conjunto articulado de bonecos de madeira vestidos com o traje tradicional, em dois círculos que decrescem para o topo. Os bonecos são acompanhados de castanholas o que provoca o seu som tão típico».

(Clode e Adragão, 1989: 210)

As botas regionais, ou mais popularmente conhecidas como «Botas de Vilão», são a reprodução das botas que eram utilizadas antigamente pelos camponeses, homens e mulheres. A bota feminina diferencia-se da masculina por possuir uma ornamentação vermelha. Os materiais utilizados na produção das botas são as peles de cabra, carneiro e boi. Na atualidade são utilizadas na indumentária dos grupos folclóricos e vendidas ao público, em especial aos turistas (Clode e Adragão, 1989: 213).

Ao questionarmos os visitantes sobre o tipo de atividades realizadas durante a visita à localidade (cf. Gráfico 15), as opiniões dos inquiridos foram todas consistentes e demonstraram que 51,8% dos visitantes «compra produtos tradicionais da zona», entre os quais figuram os produtos do artesanato anteriormente mencionado, o que nos permite concluir que a oferta nesta área esteja razoavelmente adequada à procura.

3.4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A intenção deste capítulo foi apresentar uma visão panorâmica do património natural e cultural da ilha da Madeira, aceite como recurso turístico e trazer à luz as principais questões que se prendem com o potencial turístico da ilha, em particular na procura das Casas de Campo na Madeira, dado que «*a riqueza dos recursos endógenos, naturais e patrimoniais, o saber fazer das populações do interior, as sensações e os conteúdos de uma vida ancestral, são factores capazes de atrair nichos de procura do mercado turístico*» (Monteiro e Carvalho, 2006: 55).

O levantamento apresentado é particularmente relevante para o tópico deste estudo que se centra na relação entre o TER na modalidade Casas de Campo e o Património Regional. Como foi possível constatar a ilha da Madeira detém recursos turísticos suficientes inseridos no património natural, o qual abrange todos os concelhos da Ilha, assim como na área do património cultural. Quanto a este último, apesar da sua representatividade nos concelhos da Ilha não ser análoga, é amplamente reconhecido que a Ilha possui uma área diminuta, de 740 km², com infraestruturas rodoviárias recentes que possibilitam o acesso a qualquer dos concelhos em períodos de tempo relativamente reduzidos, pelo que o património cultural da Madeira deve ser analisado como recurso turístico, numa ótica global e não fragmentada e indexada a um determinado concelho.

Sendo o critério definidor da oferta turística e neste caso particular, dos recursos turísticos, o da «*utilização pelos visitantes*», conforme já apresentámos no capítulo relativo ao perfil do Visitante TER, as atividades realizadas pelos usufruidores das Casas de Campo na Madeira, foram por ordem decrescente de importância: atividades na natureza, experimentar a gastronomia regional, comprar produtos tradicionais da zona e atividades culturais.

Pelo maior número de respostas somos levados a concluir que o património natural é mais procurado que o cultural, embora as últimas três atividades correspondam ao património cultural de uma região. Na realidade, foram poucos os visitantes que responderam a uma única variável nesta questão, a maioria respondeu afirmativamente a duas variáveis: atividades da natureza (82,9%) e experimentar a gastronomia regional (78,7%). Por este motivo julgamos que para a maioria dos hóspedes das Casas de

Campo na Madeira, tanto o património natural, como o cultural sejam recursos turísticos identicamente importantes na seleção da Ilha para a prática do turismo rural.

A presente reflexão ilustra outras conclusões retiradas de estudos elaborados pela OMT: «*Visitors to a particular natural or cultural site do not always constitute a special or niche market. Most tourists mix a variety of activities and interests when they travel to new destinations or revisit favourite places. [...] All tourists mix the activities that they undertake on any typical day of their vacation*» (WTO, 2004b: 11).

Para esta conclusão contribuíram os resultados das respostas dos proprietários/representantes das Casas de Campo a duas questões que lhes foram colocadas. Uma das questões era se os visitantes se mostravam interessados nas características arquitetónicas do edifício, na sua decoração ou na sua história. A esta questão todos os proprietários/representantes responderam afirmativamente, alguns deles complementaram a resposta informando-nos que os visitantes também se mostravam interessados na história da localidade. A outra questão pretendia que os proprietários/representantes referissem quais os recursos turísticos da região em causa e se existia uma exploração correta dos mesmos. Dos 16 entrevistados, 15 confirmaram que a localidade disponha de bons recursos quer incluídos no património natural, quer no património cultural, embora neste último os recursos fossem «pouco divulgados». Apenas um entrevistado nos informou que na localidade em causa, os recursos eram escassos, mas bem explorados.

Por outro lado, os resultados dos questionários lançados aos visitantes, já abordados no capítulo anterior do presente estudo, apontaram para um elevado grau de satisfação do visitante tanto no aspeto global da visita, como no dos diferentes recursos turísticos da localidade.

Segundo a Associação Madeira Rural, existe uma boa oferta de recursos turísticos nos diferentes concelhos da Madeira. Dependendo dos concelhos, nuns predominam os recursos naturais, noutros os culturais. Quanto aos Eventos/Festivais, Costumes e Tradições e Gastronomia Regional, os representantes da Associação Madeira Rural opinaram que a divulgação e a exploração eram reduzidas, pelo que deveriam ser dinamizadas.

Pelo exposto podemos concluir que a imagem do património regional da ilha da Madeira necessita de uma superior divulgação, sobretudo no que respeita ao património cultural como recurso turístico e, em especial, para os visitantes do turismo em espaço rural, uma vez que «*[a] single individual may fit into different categories at different*

times. Natural and cultural sites are likely to have all three categories¹⁴⁶ of tourists at any one time, with the mix dependant on the nature of the place, the origin of the majority of the visitors and the quality of the information that generated their initial interest in making the visit» (WTO, 2044b: 12).

Segundo Cláudia Henriques, através da cultura consegue-se transformar «destinos, tradições e estilos de vida», porque esta «é uma identidade que rende e que tem multiplicadores culturais, com impactes no desenvolvimento económico e social dos espaços» (2008a: 37).

No próximo capítulo abordaremos as iniciativas de desenvolvimento existentes que concorrem para o desenvolvimento da oferta turística das Casas de Campo na Madeira.

¹⁴⁶ A OMT diferencia estes visitantes com base em três categorias. A primeira: «os que se visitam o local por acaso» como parte de uma experiência turística mais alargada; a segunda: «os que estão genuinamente interessados» no local e nos seus atrativos especiais; a terceira: «os que possuem uma forte relação emocional ou específica» com o local, fruto da sua própria herança cultural (WTO, 2004b: 12).

CAPÍTULO IV

INICIATIVAS DE DESENVOLVIMENTO

4.1 O PAPEL DO ESTADO NO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO EM ESPAÇO RURAL

Nas últimas décadas, a decadência dos meios rurais face à evolução e conveniências dos meios urbanos, provocou lesões que impuseram o lançamento de novas políticas que tentaram garantir a salvaguarda da integridade territorial e o desenvolvimento sustentado.

Segundo Carminda Cavaco, o desenvolvimento rural enfrenta desafios diversos e antes de mais importa estabelecer as diferenças entre espaço rural e urbano: «*espaço rural, em termos genéricos, diferencia-se do espaço urbano pelas menores densidades populacionais e pela importância relativa da agricultura na economia e na sociedade, mesmo nas sociedades mais desenvolvidas e globalizadas*» (Cavaco, 2004: 99). Quanto às fragilidades do meio rural, a mesma autora refere as seguintes:

«[R]edução continuada do peso da agricultura na economia, redução dos níveis de rendimento agrícola, fraca capacidade para atrair investimentos para os outros sectores, condições de vida e de trabalho pouco atrativas, problemas ambientais, associados a poluição, abandono rural, erosão, incêndios florestais. A sua importância não deriva apenas da produção, mas assenta também na preservação do ambiente, da paisagem, do património rural, elementos importantes da identidade das populações».

(Cavaco, 2004: 99)

Este é realmente o retrato de Portugal Continental, o qual não é precisamente idêntico ao da Madeira, porque não podemos esquecer que 2/3 da Ilha são Parque Natural e que o turismo na Madeira não é uma atividade recente. Desde cedo temos vindo a lutar pela preservação e conservação do nosso património implementando, entre outras, medidas ambientais e de recuperação e preservação do mesmo. No entanto, alguns espaços rurais, após a entrada de Portugal na UE sentiram os efeitos da redução dos níveis de rendimento agrícola, do abandono rural, da erosão e os consequentes problemas de incêndios florestais. Por outro lado, a orografia da Ilha não permite a utilização de máquinas na agricultura, o que em conjunto com as diretivas emanadas pela EU provocaram o abandono de muitos campos agrícolas.

O desenvolvimento destes espaços, em especial do espaço rural «*deve assegurar a melhoria das condições de vida e bem-estar das populações e das suas capacidades*

para determinar o seu futuro» (Cavaco, 2004: 99), o que implica traçar orientações que visem o desenvolvimento sustentável deste, isto é *«nas suas dimensões ecológica, económica, social e cultural: corresponde a um processo dinâmico de adaptação e mudança ligado à satisfação de “necessidades” do presente»* (Cavaco, 2004: 99).

Em Portugal, as grandes mudanças começaram a registar-se a partir do início dos anos 60, *«do paradigma produtivista-tecnológico dos anos 60 e 70, ao de contenção-reconversão dos anos 80, e por fim, o de protecção-conservação dos anos 90»* (Cavaco, 2004: 101), o crescimento económico, a industrialização e o aumento das transações económicas com o exterior foram os principais responsáveis pelos intensos êxodos agrícolas e rurais que associados à emigração, ao envelhecimento demográfico e à transição do regime político contribuíram para a ascensão das aspirações sociais e culturais dos portugueses. Segundo Luís Silva, estas metamorfoses foram as responsáveis pela:

«[F]ormulação e implementação de diferentes políticas nacionais e comunitárias de desenvolvimento rural. Tais políticas de resposta à chamada crise do mundo rural passam pelo aproveitamento do potencial agrícola dos campos associado à elaboração de produtos agro-alimentares de marca, pela patrimonialização dos seus recursos históricos, naturais, culturais e paisagísticos e pela conseqüente turistificação dos mesmos».

(Silva, 2006: 303)

A partir da plena adesão de Portugal à EU, o país sofreu um processo suplementar de rigorosos ajustamentos.

Atualmente a importância do turismo no desenvolvimento económico, quer de um país, quer a nível mundial é uma verdade inofismável: *«It is an export industry and a hard currency earner that brings foreign visitors to a given destination to spend their money. It creates added value for economic problem areas such as abandoned city centres, as well as agricultural and remote areas»* (WTO, 2007d: 37).

Neste cenário justifica-se a forte intensidade do dualismo rural/urbano em Portugal e o facto de nos finais do século XX, o desenvolvimento rural se ter tornado numa das preocupações de topo e prioridades políticas do país:

«Com efeito, o turismo em geral e no que respeita aos meios rurais em particular, tem sido identificado por diversas vezes nos programas de desenvolvimento regional, como um dos seus instrumentos principais, por ser gerador de emprego e indutor do desenvolvimento de outras actividades e mais-valias em relação a recursos locais [...]. Recentemente contudo, as

potencialidades turísticas, essencialmente ligadas ao seu património natural, arquitectónico e histórico inseridos em meio rural, têm vindo progressivamente a merecer atenção, quer em termos de teoria quer da prática do desenvolvimento regional».

(Batouxas, 1998: 2)

Os objetivos globais dessas políticas têm incidido sobretudo na diminuição do intenso desequilíbrio existente no espaço agrícola e rural. A Política Agrícola Nacional foi desenvolvida com base em três eixos principais: a competitividade agrícola, o ambiente e o desenvolvimento rural. O forte propósito foi reocupar o espaço que ficou deserto devido à redução da atividade agrícola tradicional. Este horizonte está patente nas palavras de Carminda Cavaco:

«O desenvolvimento rural é essencialmente um problema de densidades: densidades de população (massa crítica de meios humanos), de actores e das suas relações, de iniciativas, institucionais e privadas, de capacidade organizativa; densidade de actividade económica, de capitais, de mão-de-obra qualificada, de saberes e de competências, de criação de empregos, de infra-estruturas, de serviços [...]».

(Cavaco, 2004: 100)

Durante muito tempo as preocupações sobre o mundo rural pretenderam responder unicamente aos problemas específicos da atividade agrícola. A política rural e a política agrícola eram uma única e idêntica componente da política de desenvolvimento económico-social do país.

Nos finais do século XX, temos assistido em Portugal, à formulação e execução regular de políticas nacionais e comunitárias de desenvolvimento rural que favoreceram o setor turístico. Através destas políticas, o estado português tentou encontrar novos motivos de atração territorial, principalmente nos espaços com potencial e recursos por explorar:

«O desenvolvimento integrado e endógeno, não é um novo modelo de desenvolvimento, mas apenas uma visão estratégica de encarar o local no global. Pressupõe uma base local e diferenciada, em que as principais apostas se fazem na identidade cultural e nas características/recursos específicos de cada região. Por outro lado, assumem-se como fundamentais conservar o ambiente e a tradição, enquanto pedras base em que se sustenta a identidade de um povo ou de uma cultura».

(Batouxas, 1998: 8)

Estas políticas tiveram como objetivo principal o desenvolvimento das zonas rurais, estimulando a diversificação das atividades económicas e a consequente melhoria das condições de vida das populações rurais: «*Em traços largos, este modelo de desenvolvimento aposta em, e dirige o investimento publico para, três frentes: agricultura, património e turismo [...]. Existe por outro lado, a patrimonialização de uma panóplia de recursos locais, como o natural, o histórico e o monumental*» (Silva, 2009: 39). Nesta perspetiva, o turismo foi encarado como um vetor capaz de impulsionar a economia, gerar emprego e contribuir para fixação das populações rurais, respondendo desta forma aos recentes processos de mudança económica e social e valorizando o desenvolvimento rural face às novas necessidades e aspirações sociais:

«O turismo rural, em sentido lato e na sua vertente comercial, tem sido uma das actividades mais promovidas entre nós nos últimos decénios, por estudiosos, técnicos e autarcas, mesmo se conta ainda com uma oferta pequena, de poucos milhares de camas, muito diversa, pulverizada, pouco profissional e dispersa territorialmente».

(Cavaco, 2004: 111)

O envolvimento do Estado no desenvolvimento do turismo em espaço rural tem representado um papel preponderante, quer na formulação e implementação sistemática de políticas nacionais e comunitárias, quer na produção dos espaços turísticos, quer ainda na sua gestão e regulamentação. Segundo Carminda Cavaco:

«[N]o turismo em espaço rural cruzam-se várias práticas turísticas e de lazer, diferentes consumos de bens e serviços e diferentes formas de alojamento [...]. A sua repartição espacial destaca os lugares mais turísticos [...] algumas regiões de montanha e o próprio campo. É esta procura que tem levado, nos últimos anos, à conservação e manutenção de muitos montes alentejanos, desvalorizados pela atividade agrícola, e justificado, pela presença de mais utentes e consumidores, certas infra-estruturas, equipamentos e serviços colectivos em muitas aldeias e lugares, que em muito facilitam as condições de vida da população residente».

(Cavaco, 2004: 111-112)

Face à importância do Turismo como instrumento revitalizador de economias locais em territórios fragilizados, o Estado tem seguido uma política fortemente interventiva, criando instrumentos económico-financeiros de apoio ao investimento privado, entre os quais salientamos os sistemas de financiamento direto do Fundo de Turismo que precederam as diversas gerações do SIFIT (Sistema de Incentivos

Financeiros ao Investimento Turístico), os quais concederam subsídios a fundo perdido. Para além destes existiram outros com menor expressão, no entanto face à temática da nossa investigação e tendo em consideração o universo da nossa amostra, importa centrar a nossa análise nas políticas nacionais mais recentes e sobretudo nas políticas comunitárias que estiveram na base do lançamento e/ou requalificação de alguns dos empreendimentos TER enquadrados no universo empírico do nosso estudo.

No contexto da implementação das políticas nacionais e comunitárias, passamos a descrever sumariamente os programas de desenvolvimento rural que estavam em vigor durante o período da presente investigação.

Em janeiro de 2008 foi publicado o Decreto-Lei nº 2/2008, de 4 de janeiro¹⁴⁷, através do qual foi definido o modelo de governação dos instrumentos de programação do desenvolvimento rural para o período de 2007-2013. Sendo considerados como instrumentos, o Plano Estratégico Nacional (PEN) e os programas financiados pelo Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural (FEADER). Por sua vez o PEN foi desenvolvido através de três programas de desenvolvimento rural de âmbito territorial (PDR):

- O Programa de Desenvolvimento Rural do Continente (PRODER), cuja incidência territorial corresponde ao território continental;
- O Programa de Desenvolvimento Rural dos Açores (PRORURAL), com incidência territorial na Região Autónoma dos Açores;
- O Programa de Desenvolvimento Rural da Madeira (PRODERAM), com incidência territorial sobre o território da Região Autónoma da Madeira¹⁴⁸.

O PEN compreendeu ainda um outro programa com incidência territorial nacional, o Programa para a Rede Rural Nacional (PRRN).

Numa perspetiva genérica existem seis órgãos de governação do PEN e dos Programas:

- Órgão de coordenação estratégica interministerial;
- Órgão de Coordenação nacional do FEADER;
- Órgãos de gestão;
- Órgãos de acompanhamento,
- Organismo pagador;

¹⁴⁷ Decreto-Lei nº 2/2008, de 4 de Janeiro, Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas (Diário da República I Série – Número 3, de 4 de Janeiro de 2008).

¹⁴⁸ O PRODERAM será explanado com superior detalhe nas páginas seguintes.

- Organismo de certificação.

Estes organismos são compostos na totalidade por entidades do setor público, o que demonstra o peso considerável do Estado na política de desenvolvimento rural do país.

Nas Regiões Autónomas, os Governos Regionais dos Açores e da Madeira definiram em diploma próprio a natureza, composição e competências das autoridades de gestão dos PDR e nomearam os respetivos gestores, os quais dependem dos órgãos competentes dos respetivos Governos Regionais.

Através do PEN foram conjugadas as orientações estratégicas comunitárias com as orientações da política nacional, nomeadamente o objetivo global de alcançar ganhos significativos na melhoria da competitividade e da prosperidade das empresas e territórios rurais. As prioridades da Estratégia Nacional foram coerentes com as prioridades comunitárias, o que se pode evidenciar quando ao cruzar os objetivos da Estratégia Nacional com as prioridades da política comunitária «*se verifica que as medidas preconizadas na Estratégia Nacional contribuem para cumprir com os objetivos das diferentes políticas da EU.*» (PEN, 2007: 80).

Quanto ao PRRN, este apresenta uma configuração ampla, reunindo os agentes públicos, privados e associativos compreendidos no processo de desenvolvimento rural. As áreas de intervenção que esta rede pode abranger são essencialmente quatro (Portaria nº 201/2012, de 2 de julho¹⁴⁹):

- Capitalização da experiência e do conhecimento;
- Facilitação da Cooperação;
- Observação do Mundo Rural e da Implementação das Políticas de Desenvolvimento Rural;
- Facilitação do Acesso à Informação.

O órgão de gestão do PRRN seria inicialmente o diretor do Gabinete de Planeamento e Políticas, do Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas. Neste momento, e após algumas alterações, o órgão de gestão do PRRN é a autoridade de gestão do PRODER e do PRRN, isto é o gestor do PRODER é por inerência o gestor do PRRN (Decreto-Lei nº 62/2012, de 14 de Março¹⁵⁰).

¹⁴⁹ Portaria nº 201/2012, de 2 de julho, Ministério da Agricultura, do Mar, do Ambiente e do Ordenamento do Território (Diário da República I Série – Número 126, de 2 de julho de 2012).

¹⁵⁰ Decreto-Lei nº 62/2012, de 14 de março, Presidência do Conselho de Ministros (Diário da República I Série – Número 53, de 14 de março de 2012).

O PRRN foi aprovado pela Comissão Europeia, através da Decisão C (2008) 7840 em 3 de dezembro, abrange todo o território Português e é cofinanciado pelo FEADER.

Por outro lado, a Rede Rural Nacional (RRN) sofreu um longo processo de implementação, tendo entrado em funcionamento unicamente no segundo semestre de 2010 (RAI-PRODERAM, 2010: 401).

Quanto à Região Autónoma da Madeira, o Programa de Desenvolvimento Rural da Região Autónoma da Madeira (PRODERAM, 2007-2013) foi aprovado pela Decisão COM (2008) nº 721 de 15 de fevereiro, pelo que a sua implementação data de 2008, tendo sido publicado o Decreto Legislativo Regional (Dec. Leg. Reg. Nº 11/2008, de 22 de abril¹⁵¹) que definiu as condições de aplicação do programa. A 30 de abril do mesmo ano, foram publicadas as regulamentações das primeiras medidas.

O Governo da RAM designou a Secretaria Regional do Ambiente e dos Recursos Naturais como Autoridade de Gestão do PRODERAM, isto é como entidade responsável pela gestão e execução do programa. No seguimento deste ato, foi criada uma estrutura de missão, pela Resolução nº 863/2008 de 22 de agosto¹⁵², constituída por um gestor, gestor adjunto e secretariado técnico. Em setembro de 2010 e de acordo com o Relatório de Avaliação Intercalar do PRODERAM (2010), esta estrutura orgânica estava em funcionamento, embora não estivesse «*ainda garantido o preenchimento da estrutura prevista em termos de recursos humanos nem de instalações*».

O Organismo Pagador é o Instituto de Financiamento da Agricultura e Pescas (IFAP). Este organismo é igualmente responsável pelo sistema de informação, realização de contratos, receção e análise dos pedidos de pagamento e pela realização dos pagamentos.

Como unidade de apoio foi constituído um Comité de Acompanhamento, cuja primeira reunião se realizou em 27 de fevereiro de 2008 (RAI-PRODERAM, 2010: 220). Este comité é composto por uma vasta representação de serviços da Administração Regional, dos Grupos de Ação Local, da Associação de Municípios, dos Parceiros Económicos e Sociais e por representantes da Comissão Europeia.

¹⁵¹ Decreto Legislativo Regional nº 11/2008, de 22 de Abril, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Regional (Diário da República I Série – Número 79, de 22 de Abril de 2008).

¹⁵² Resolução nº 863/2008, de 22 de Agosto, Presidência do Governo Regional (Jornal Oficial da Região Autónoma da Madeira Série I – Número 106, de 22 de Agosto de 2008).

A 30 de março de 2006, através da resolução do Conselho de Governo nº 334/2006, foi regionalmente determinado o seguinte (RAI-PRODERAM, 2010: 221-222):

- A Secretaria Regional do Plano e Finanças (SRPF) ficou incumbida de exercer as atribuições e competências relativas à tutela da gestão global dos fundos estruturais comunitários na RAM entre 2007-2013. Ficou igualmente à sua responsabilidade a coordenação estratégica e operacional dos financiamentos do FEADER e do FEP;
- Ao Instituto de Desenvolvimento Regional (IDR), para além das competências relativas à gestão, certificação, controlo, pagamento, acompanhamento e avaliação dos fundos estruturais comunitários, foi-lhe ainda incumbida:
 - «A gestão técnica, administrativa e financeira, a certificação regional das despesas, o controlo, o acompanhamento, e a avaliação dos Programas Operacionais da Região Autónoma da Madeira no período 2007/2013, nos termos dos normativos comunitários aplicáveis;
 - A coordenação estratégica e operacional das intervenções cofinanciadas pelos fundos estruturais comunitários na Região Autónoma da Madeira no período 2007/2013 entre si e com as apoiadas pelo FEADER e pelo FEP;
 - A coordenação, nos termos dos normativos comunitários e nacionais aplicáveis, das intervenções dos Programas Operacionais de âmbito nacional na Região Autónoma da Madeira, sem prejuízo das competências atribuídas às correspondentes autoridades nacionais».

(RAI-PRODERAM, 2010: 221-222)

As competências do IDR deverão ser exercidas uma ótica de descentralização funcional, através da associação de entidades públicas e privadas ao respetivo exercício.

A operacionalização do PRODERAM apresentou um ritmo muito lento devido ao processo de definição da sua organização institucional e à determinação dos procedimentos necessários. Por outro lado, a reestruturação do IFAP provocou algumas dificuldades acrescidas. Estes e outros acontecimentos contribuíram para o atraso na execução do Programa: «o ano de 2010 foi o primeiro ano em que o sistema de gestão e

acompanhamento do PRODERAM esteve em pleno funcionamento» (RAI-PRODERAM, 2010: 407).

De acordo com o Relatório de Avaliação Intercalar (2010), a concretização dos objetivos do PRODERAM, para além de outras circunstâncias, estará fortemente dependente:

- *«[D]e um elevado envolvimento das entidades públicas na efetiva promoção dos sistemas de apoio;*
- *da agilização dos processos de análise e decisão;*
- *da melhoria da informação e formação dos agentes económicos;*
- *do real incentivo político à intervenção e articulação dos diferentes agentes privados e associativos envolvidos no desenvolvimento do sector agrícola da RAM;*
- *do acelerar dos procedimentos de contratação;*
- *e finalmente de uma rápida análise e pagamento dos pedidos efetuados».*

(RAI-PRODERAM, 2010: 413)

Para além das políticas mais direcionadas ao desenvolvimento do espaço rural, onde se integram ações relativas ao TER, a Região Autónoma da Madeira dispõe, no domínio do planeamento, de um **Plano de Ordenamento Turístico (POT)** que é o instrumento de gestão territorial do setor turístico na RAM, pelo que definiu a estratégia de desenvolvimento do turismo na RAM e o modelo territorial a adotar. Este documento pretendeu garantir o equilíbrio na distribuição territorial dos alojamentos e equipamentos turísticos e conseqüentemente um melhor aproveitamento e valorização dos recursos humanos, culturais e naturais.

De acordo com o POT, a distribuição territorial e as características dos empreendimentos turísticos deverão integrar-se perfeitamente no meio social e cultural onde se insiram, adaptando-se às realidades paisagísticas e históricas das diferentes localidades, por forma a contribuírem para um desenvolvimento local integral.

Nas normas de execução, sem explicitar os limites máximos para os alojamentos TER, foi determinado o seguinte (art.º 1º¹⁵³):

- Até o ano de 2012, o limite máximo de alojamentos turísticos na RAM foi fixado em 35.000 camas na ilha da Madeira e 4.000 na ilha de Porto Santo¹⁵⁴, distribuídas por concelhos, da seguinte forma:

¹⁵³ Decreto Legislativo Regional nº 17/2002/M, de 29 de Agosto, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Legislativa Regional (Diário da República Série I-A – Número 199, de 29 de Agosto de 2002).

- Concelho de Funchal: 23.000 camas;
- Concelhos de Santa Cruz e Machico: 5.500 camas;
- Concelhos de Câmara de Lobos, Ribeira Brava, Ponta do Sol e Calheta: 4.000 camas;
- Concelhos de Santana, São Vicente e Porto Moniz: 2.500 camas.
- Para efeitos de aplicação do POT foram definidos três tipos de espaços. O tipo de espaço no qual se enquadrou o TER, foi o espaço agro-florestal – *«áreas onde predominam os usos agrícolas e florestais, bem como o povoamento ligado maioritariamente a estes usos»* (art.º 5º¹⁵⁵);
- Os empreendimentos turísticos nos espaços agroflorestais deveriam atender aos seguintes aspetos paisagísticos e arquitetónicos:
 - *«A altura das construções não pode contrastar com a da zona em que se inserem, não devendo, em geral, ultrapassar dois/três pisos no alçado de maior dimensão e com uma altura média de 3 m por piso;*
 - *As características arquitectónicas e volumétricas das construções devem ter em conta as tipologias construtivas da zona onde se inserem, evitando, nomeadamente, construir grandes superfícies contínuas;*
 - *Preferencialmente, devem ser utilizados materiais diversos e elementos arbóreos para minimizar os impactes visuais das edificações na paisagem;*
 - *Os muros de suporte e os embasamentos dos edifícios devem, preferencialmente, ser construídos com paramentos de pedra da Região;*
 - *Os empreendimentos devem integrar preexistências que traduzam a ocupação e o uso anteriores, nomeadamente estruturas de exploração agrícola, jardins, elementos arbóreos significativos, muros e portões de quintas».*

(art.º 13º¹⁵⁶)

Uma das últimas referências ao TER que encontramos no POT, estava inserida no eixo estratégico, mais precisamente na *«Oferta complementar – Formatar em rede e diversificar e requalificar a oferta»*. Nesta e no âmbito da exploração da oferta temática por áreas geográficas associadas aos recursos endógenos, focou-se apenas o concelho de Santana como *«Centro do turismo rural»*, determinando que a estratégia para este concelho seria *«valorizar a componente etnográfica de Santana, a história do modus*

¹⁵⁴ A Ilha de Porto Santo não se encontra dentro do âmbito da presente investigação.

¹⁵⁵ Decreto Legislativo Regional nº 17/2002/M, de 29 de Agosto, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Legislativa Regional (Diário da República Série I-A – Número 199, de 29 de Agosto de 2002).

¹⁵⁶ *Ibidem.*

vivendi do madeirense, a articulação entre o turismo e o espaço rural». (POT, 2002: 25).

Por fim, o turismo em espaço rural voltou a ser evidenciado na questão da «*desconcentração territorial da oferta associada à diversificação das tipologias e aos produtos turísticos locais (turismo rural, de habitação, agroturismo, estalagens, pequenas unidades hoteleiras nos núcleos urbanos e no espaço rural, quintas madeirenses)*» (POT, 2002: 27).

Pelo exposto conseguimos concluir que a Madeira não dispõe de um plano estratégico para o desenvolvimento do TER na região, situação que tem sido alvo de debate quer em Portugal: «*a discussão levada a efeito, apontou ainda para a necessidade de construção de um modelo de desenvolvimento do turismo rural, multifacetado, dada a diversidade de situações (contextos) dos projectos e de regimes (institucionais, legais e financeiros)*» (AAVV, 1993: 30-36), quer na Europa:

«Les ruraux eux-mêmes doivent être les principaux acteurs du tourisme rural pour en être les premiers bénéficiaires. Mais l'hospitalité spontanée doit s'accompagner d'une formation à l'accueil touristique, l'initiative privée doit s'intégrer dans un plan collectif de développement global et l'apport de chacun doit contribuer au montage de produits touristiques, offrant au visiteur-consommateur de quoi satisfaire à la fois ses besoins d'hébergement et de restauration, de découverte et de randonnée, d'animation culturelle, d'activités et de loisirs [...] Le tourisme rural est en outre propice au partenariat, qu'il s'agisse du partenariat entre le secteur public et le secteur privé, ou du partenariat entre les acteurs sectoriels du développement touristique rural, du plan local au niveau européen [...] la double préoccupation [...] impose d'améliorer – et cela semble être vrai pour tous les Etats – la mise sur le marché et la vente des produits touristiques ruraux, à la fois par une meilleure organisation au plan local et par une coopération au niveau européen».

(CE, 1993: 5-8)

Na Região Autónoma da Madeira, o papel do Estado na fiscalização e na promoção consubstancia-se na Secretaria Regional da Cultura, Turismo e Transportes e na Agência de Promoção.

A Secretaria Regional da Cultura, Turismo e Transportes (SRT), é um departamento do Governo Regional da Madeira. A SRT tem por missão definir, coordenar, executar e avaliar a política regional nos setores da cultura, do turismo, dos transportes, das comunidades madeirenses e dos assuntos parlamentares.

De acordo com o artigo 3º do Decreto Regulamentar Regional nº 1/2012/M, de 8 de março¹⁵⁷, as atribuições da SRT são as seguintes:

- *«Contribuir para a formulação de linhas estratégicas que promovam o desenvolvimento sustentado, articulado e equilibrado dos setores da cultura, do turismo, dos transportes, das comunidades madeirenses e dos assuntos parlamentares;*
- *Contribuir para o reforço da identidade cultural através da promoção de políticas de preservação e valorização do património cultural regional;*
- *Promover, desenvolver e incentivar programas, iniciativas e eventos garantindo uma oferta cultural diversificada e de qualidade;*
- *Planear e coordenar a estratégia cultural a prosseguir no âmbito dos museus, bibliotecas e arquivos;*
- *Promover a descentralização cultural em articulação com outras entidades públicas e privadas visando uma maior integração das populações em atividades culturais;*
- *Promover a divulgação do património cultural imóvel, móvel e imaterial em articulação com o setor turístico com vista ao desenvolvimento do turismo cultural;*
- *Promover e desenvolver, no âmbito das linhas estratégicas aplicáveis ao setor turístico e dos respetivos planos de ação, medidas favoráveis à competitividade da oferta turística regional, a nível nacional e internacional;*
- *Planear e coordenar a estratégia de promoção da Região como destino turístico, suas marcas e produtos, bem como dinamizar de forma concertada as ações promocionais;*
- *Acompanhar e avaliar a evolução dos mercados, criando as condições para o aproveitamento das oportunidades existentes;*
- *Promover uma política adequada de ordenamento turístico e de estruturação da oferta, em articulação com as entidades competentes, promovendo o adequado planeamento e participando na elaboração dos instrumentos de gestão territorial;*
- *Intervir no licenciamento e autorização de empreendimentos ou atividades turísticas, bem como promover o reconhecimento do seu interesse turístico;*
- *Assegurar a coordenação do setor dos transportes, promover a complementaridade dos seus diversos modos, bem como a sua competitividade e articulação com o setor turístico, em ordem à melhor satisfação dos utentes e ao desenvolvimento turístico;*
- *Promover a gestão e a modernização das infraestruturas de transporte;*
- *Promover a regulação e fiscalização dos setores tutelados;*
- *Orientar, apoiar e definir a articulação entre o Governo Regional e a Assembleia Legislativa Regional;*
- *Promover e desenvolver a política para o setor das comunidades madeirenses;*

¹⁵⁷ Decreto Regulamentar Regional nº 1/2012/M, de 15 de março, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Regional (Diário da República I Série – Número 54, de 15 de março de 2012).

- *Promover o acompanhamento dos movimentos emigratórios nas várias comunidades de destino;*
- *Contribuir para a observância das disposições legais em matéria de emigração e de imigração em articulação com entidades públicas e privadas, nacionais e estrangeiras».*

(Decreto Regulamentar Regional nº 1/2012/M, art.º 3º)

A promoção turística do destino Madeira, para além de depender da SRT, dado que uma das suas atribuições é «*Planear e coordenar a estratégia de promoção da Região como destino turístico, suas marcas e produtos, bem como dinamizar de forma concertada as ações promocionais*», conta igualmente com a ação da Associação de Promoção da Região Autónoma da Madeira (AP Madeira).

Esta é uma associação sem fins lucrativos, fundada em agosto de 2004. É composta por duas entidades, uma pública e uma privada: a Direção Regional de Turismo (DRT) e a Associação Comercial e Industrial do Funchal (ACIF). Surgiu como resposta à forte necessidade de criar uma entidade que colaborasse com a Direção Regional de Turismo, exclusivamente na promoção do destino Madeira. Ao núcleo de associados pertencem Hotéis, Agências de Viagem, Rent-a-Car, Organismos Oficiais, Empresas de Animação Turística e Empresas de Turismo em Espaço Rural¹⁵⁸. Esta associação será apresentada com maior detalhe no ponto relativo ao associativismo.

Face à importância do turismo como fator de desenvolvimento regional, compreende-se o papel do Estado na defesa das suas potencialidades:

«São. Com efeito, múltiplos e de grande visibilidade os seus impactos, directos, indirectos e induzidos. Actividade transversal, global, de fronteiras fluídas, interfere nos tecidos económicos e sociais, nas dinâmicas demográficas e do emprego, no património natural e cultural, nos comportamentos das populações e na ocupação, ordenamento e gestão dos territórios. Anima o mercado dos produtos e serviços locais, viabilizando o tecido empresarial e os mais diversos ramos profissionais. Não surpreende assim, que tenha vindo a conhecer uma crescente integração nos programas de desenvolvimento territorial e sectorial, nomeadamente nos que dizem respeito em concreto à (re)dinamização do espaço rural».

(Mendes, 2010: 656)

Pelo exposto podemos concluir que o Estado tem desempenhado um papel fundamental, caracterizado por uma atuação moderada no desenvolvimento do TER na Região Autónoma da Madeira, apesar de não existir um plano de desenvolvimento

¹⁵⁸ Associação de Promoção da Região Autónoma da Madeira (AP Madeira), www.madeirapromotionbureau.com, 24-III-2013.

estratégico para o TER na região, o qual poderia provocar efeitos mais desejáveis na procura turística: *«Parece-nos que tal actividade sendo exequível e desejável deverá ser pensada como um contributo tanto mais importante, se integrada num plano de desenvolvimento»* (Casqueira, 1992: 215).

4.2 O ENVOLVIMENTO COMUNITÁRIO

Ao longo do século XX, o mundo rural tem vindo a sofrer alterações e as suas estratégias de desenvolvimento, assim como a conservação da natureza e da paisagem, têm sido algumas das preocupações da União Europeia. Mais recentemente, a evolução do turismo em espaço rural tem merecido uma maior atenção na política comunitária.

Inicialmente o Tratado de Roma não previa medidas específicas diretamente relacionadas com o turismo. Em 1992, o Tratado da União Europeia prevê na alínea t) do seu ponto 3, «*Medidas nos domínios da energia, da protecção civil e do turismo*» como forma de atingir os objetivos do seu artigo 2º «*[...] promover, em toda a Comunidade, o desenvolvimento harmonioso e equilibrado das actividades económicas, um crescimento sustentável e não inflacionista que respeite o ambiente, um alto grau de convergência dos comportamentos das economias, um elevado nível de emprego e de protecção social, o aumento do nível e da qualidade de vida, a coesão económica e social e a solidariedade entre os Estados-membros.*».

Até finais do século XX, a União Europeia lançou diversas iniciativas com a finalidade de permitir o desenvolvimento do meio rural, tendo algumas delas abrangido o Turismo em Espaço Rural, em especial:

- Iniciativa LEADER I (1991-1994)
- Iniciativa LEADER II (1994-1999)
- Iniciativa LEADER + (2000-2006)

A Iniciativa LEADER (Ligação entre Ações de Desenvolvimento e Economia Rural) foi criada em 1991, pela Comissão Europeia, no âmbito dos fundos estruturais, com finalidades específicas relativas ao desenvolvimento rural, através da criação de uma rede de grupos de ação local que dinamizassem ações inovadoras no meio rural.

Nas palavras de Carminda Cavaco transparece a importância dos programas de iniciativa comunitária, em especial o LEADER, no desenvolvimento do turismo em espaço rural:

«No limite, com as novas acessibilidades e tecnologias de informação e das comunicações, a diversificação das atividades no meio rural acompanha a imaginação e capacidade de iniciativa e realização de promotores, locais ou “de fora”. Tem sido, aliás, largamente estimulada e apoiada por diferentes programas nacionais e por programas de iniciativa comunitária, como o Leader».

(Cavaco, 2004: 112)

O LEADER está implementado na Região Autónoma da Madeira desde a sua criação. Passou por três fases, o LEADER I foi o início da nova abordagem de desenvolvimento, o LEADER II, generalizou-a e o LEADER+ visou um aprofundamento do método.

As primeiras gerações do LEADER foram financiadas pelos fundos estruturais da EU. Desde 2007, a abordagem de desenvolvimento LEADER tem sido cofinanciada pelo Fundo Europeu Agrícola para o Desenvolvimento Rural (FEADER).

Para o período de 2014-2020, prevê-se que a abordagem LEADER continue sob o âmbito do FEADER com possibilidade de apoio por outros fundos da EU, sendo futuramente designada por Desenvolvimento Local Liderado pelas Comunidades (DLLC).

Tendo em consideração a situação social e económica estrutural da Região Autónoma da Madeira, agravada por um conjunto de fatores, entre os quais a sua insularidade, a Região é classificada como Região Ultraperiférica (RUP), de acordo com o nº 2 do artigo 299 do Tratado da União Europeia.

O arquipélago da Madeira, desde 1976 é uma região autónoma, com uma autonomia político-administrativa, um Estatuto e «*um lugar próprio*» nos Tratados da União Europeia pelo que a ação externa da Região «*articula três níveis de participação: a europeia, a bilateral e a multilateral*» (PG, 2011: 19).

Segundo o Programa do Governo da RAM, a sua participação a nível europeu assenta sobretudo «*na defesa constante do pleno direito a um tratamento particular vertido numa aplicação diferenciada das normas que regem o conjunto da União, em conformidade com o regime comum das Regiões Ultraperiféricas inequivocamente expresso nos artigos 355.º e 349.º do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia*». A participação a nível bilateral fundamenta-se no diálogo e na cooperação com a finalidade de desenvolver a cooperação em áreas afins. No domínio multilateral, o Governo centra a sua ação na participação em diferentes organismos inter-regionais e internacionais com o objetivo de acentuar a posição da RAM no espaço europeu e internacional (PG, 2011: 19).

No atual Programa do Governo foi dado um particular ênfase no cumprimento do Estatuto das Regiões Ultraperiféricas e na adoção das soluções que de acordo com o mesmo protejam os interesses da RAM e que a conduzam a «*um crescimento inteligente, sustentável e integrador tal como preconiza a Estratégia Europa 2020*» (PG, 2011: 21). Entre as principais áreas sectoriais que foram mencionadas ao longo do

Programa, destacam-se as seguintes: o quadro financeiro plurianual, a Política de Coesão, a Política Agrícola Comum e das Pescas, a Estratégia Europa 2020 e a Política Marítima Integrada.

No que concerne a gestão de Fundos Europeus e Planeamento, o Programa apresentou medidas que facilitassem a prossecução das linhas de orientação tomadas, com base na coerência estratégica dos projetos cofinanciados e na observância rigorosa dos normativos decorrentes da aplicação dos Fundos Estruturais.

Quanto ao Turismo, o Programa considerou-o um «*dos pilares fundamentais da estrutura económica e social da RAM*» e como tal ficou patente a «*continuidade aos sistemas de incentivos já existentes, reforçando-se, desta forma, o apoio às empresas do sector que desenvolvam ou que queiram investir em projectos integrados e inovadores, potenciando a descentralização, a diversificação e a requalificação da oferta*» (PG, 2011: 76).

Apesar do Programa do Governo não focar especificamente ações no âmbito do desenvolvimento do TER, estas estão inseridas quer no capítulo do «*Turismo*» em geral, quer no da «*Agricultura e Desenvolvimento Rural*», onde se pode ler o seguinte: «*O Governo Regional intensificará o apoio ao desenvolvimento da agricultura e pecuária biológica, a qual se integra perfeitamente na estratégia de desenvolvimento sustentável baseada na ligação entre o Turismo, a Cultura, o Ambiente, a Agricultura e a vida saudável*» (PG, 2011: 86).

No que concerne o Desenvolvimento Rural da RAM e a sua relação com o Turismo, no atual Programa de Governo podemos ler o seguinte:

«Agricultura e o Turismo são actividades económicas simbióticas, inter-relacionadas e prioritárias, sobrepondo-se, racionalmente e se necessário, a outras que ponham em causa a progressão e a atractividade das mesmas, enquanto actividades prioritárias, que constituem o eixo central do desenvolvimento económico da RAM. Neste cenário, a estratégia de Desenvolvimento Rural na RAM, plasmada também neste Programa de Governo, assegurará a articulação entre os vários instrumentos das políticas rurais e agrícolas disponíveis, o que implica a plena e criteriosa aplicação dos fundos comunitários, dirigidos ao investimento, como o FEADER, e ao rendimento, como FEAGA, através de Programas Regionais, com o duplo intuito de, por um lado, maximizar os nossos pontos fortes e aproveitar as oportunidades e, por outro, minimizar as dificuldades estruturais».

(PG, 2011: 82)

A Região possui uma forte discrepância entre zonas profundamente rurais e zonas nitidamente urbanas, apesar de existirem algumas áreas de fronteira com características mistas.

A identificação das áreas rurais no PRODERAM seguiu um critério ligeiramente diferente do adotado pela OCDE, devido às características próprias da Região, em particular a sua densidade populacional e a interpenetração do espaço rural com espaços marcadamente urbanos.

A metodologia de classificação proposta pela OCDE identifica como área rural, aquela que possui uma densidade populacional inferior a 150 hab/km², considerando como áreas predominantemente rurais, aquelas onde vive mais de 50% da população em áreas rurais; significativamente rurais, aquelas onde vive 15% a 50% da população em áreas rurais e predominantemente urbanas, aquelas onde vive menos de 15% da população em áreas rurais (RAI-PRODERAM, 2010: 10).

Se essa metodologia fosse aplicada diretamente à RAM, algumas áreas que poderiam ser considerados «significativamente rurais», ficariam desde logo excluídas.

A classificação seguida no PRODERAM considerou como predominantemente urbana a totalidade do concelho do Funchal, uma vez que aqui reside mais de 40% da população da Região, possui uma densidade populacional de cerca de 1.400 hab/km² e por ser neste concelho que se concentra a maioria dos serviços e organizações públicas e privadas da RAM.

A totalidade do concelho de Ponta do Sol foi considerada como «significativamente rural» uma vez que 23% da população residente se encontra empregada no setor primário.

O terceiro critério seguiu a proposta da OCDE, através da qual é possível considerar freguesias de concelhos predominantemente urbanos (à exceção do Funchal), como «significativamente rurais» desde que apresentem uma população inferior a 10.000 habitantes ou cuja densidade populacional seja inferior a 150 hab/km² (RAI-PRODERAM, 2010: 11).

De acordo com o referido anteriormente, apresentamos a delimitação da ruralidade na RAM, no quadro seguinte:

Quadro 81 – Delimitação da Ruralidade na RAM

Zonas	Concelhos
Predominantemente Rurais (TR)	<ul style="list-style-type: none"> • Calheta • Porto Moniz • Santana • S. Vicente • Ponta do Sol • Porto Santo¹⁵⁹
Significativamente Rurais (TI)	<ul style="list-style-type: none"> • Ribeira Brava • Câmara de Lobos (apenas as Freguesias do Curral das Freiras, Quinta Grande e Jardim da Serra) • Machico (apenas as Freguesias de Água de Pena, Caniçal, Porto da Cruz e Santo António da Serra) • Santa Cruz (apenas as Freguesias de Gaula, Camacha e Santo António da Serra)
Predominantemente Urbanas (TU):	<ul style="list-style-type: none"> • Funchal • Câmara de Lobos (apenas as Freguesias de Câmara de Lobos e Estreito de Câmara de Lobos) • Machico (apenas a Freguesia de Machico) • Santa Cruz (apenas as Freguesias do Caniço e de Santa Cruz).

Fonte: Elaboração Própria a partir de RAI-PRODERAM (2010).

¹⁵⁹ A Ilha de Porto Santo não se encontra dentro do âmbito da presente investigação.

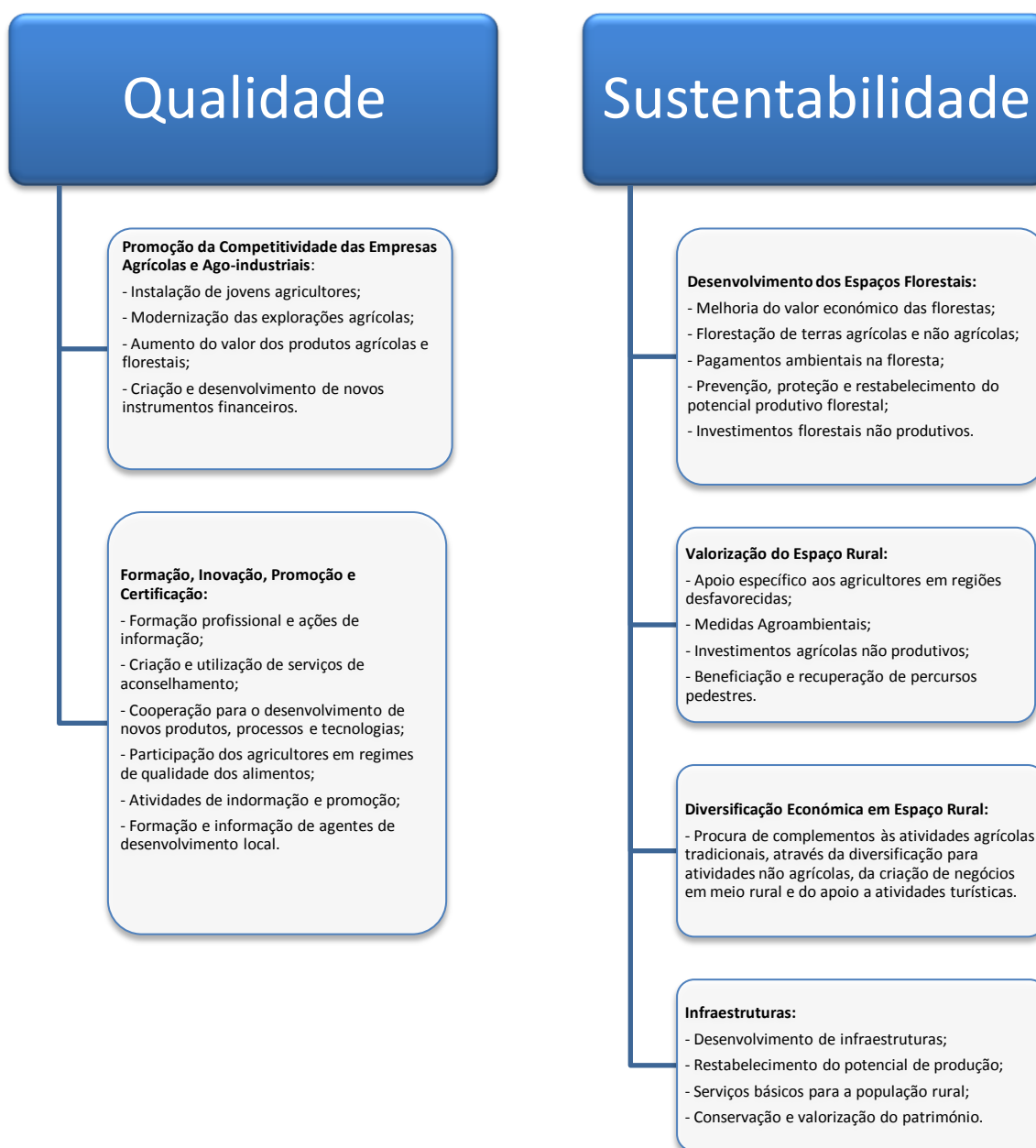
Todas as zonas classificadas como predominantemente ou significativamente rurais são zonas de aplicação da abordagem LEADER.

O Programa de Desenvolvimento Rural da Região Autónoma da Madeira, a concretizar através do FEADER, em coerência com as estratégias traçadas, centra-se no aumento de competitividade regional, na proteção e melhoria do ambiente e da paisagem num quadro agrícola multifuncional e num espaço rural de qualidade.

O PRODERAM é composto por 29 medidas, repartidas por dois eixos estratégicos: «Qualidade» e «Sustentabilidade», agrupados em seis grandes áreas: Competitividade, Formação/Inovação, Espaços Florestais, Espaço Rural, Diversificação Económica e Infraestruturas. O custo previsto em 2010 era de 247,7 milhões de euros, repartido entre 210,6 milhões de Despesa Pública (85% FEADER e 15% RAM) e 37,1 milhões de despesa privada (RAI-PRODERAM, 2010: 7).

De acordo com o Relatório de Avaliação Intercalar, a estratégia do PRODERAM vai de encontro às Orientações Estratégicas da EU para o Desenvolvimento Rural e respeita *«quer o quadro estratégico nacional, quer o regulamento comunitário no que se refere à repartição dos financiamentos por eixo e aos montantes mínimos reservados a cada Eixo»* (RAI-PRODERAM, 2010: 8).

Quadro 82 - Eixos Estratégicos do PRODERAM



Fonte: Elaboração Própria a partir de RAI-PRODERAM (2010: 102).

Nota: O apoio à criação e desenvolvimento de atividades turísticas em meio rural, em especial, o dirigido ao alojamento turístico de pequena escala (turismo em espaço rural) está enquadrado no âmbito do Eixo Estratégico Sustentabilidade, na Medida «Diversificação Económica em Espaço Rural» (RAI-PRODERAM, 2010: 202-204).

A Abordagem LEADER faz parte da política comunitária e nacional de desenvolvimento rural para o período de 2007-2013 e de acordo com Regulamento (CE) nº 1698/2005 do Conselho, de 20 de setembro¹⁶⁰, inclui os seguintes elementos:

- *«Estratégias locais de desenvolvimento por zona destinadas a territórios rurais sub-regionais bem identificados;*
- *Parcerias locais dos sectores público e privado (a seguir designadas «grupos de acção local»);*
- *Abordagem ascendente em que os grupos de acção local têm poderes de decisão no que diz respeito à elaboração e execução de estratégias locais de desenvolvimento;*
- *Concepção e execução multisectoriais da estratégia baseadas na interacção entre agentes e projectos de diferentes sectores da economia local;*
- *Execução de abordagens inovadoras;*
- *Execução de projectos de cooperação;*
- *Ligação em rede de parcerias locais».*

(artigo 61º)

Para a Região Autónoma da Madeira, no período atual de programação 2007-2013, a Abordagem LEADER está integrada no PROPERAM, mais concretamente no Eixo 4 – Medida 4 – Elaboração e Execução de Estratégias de Desenvolvimento Local. A Abordagem LEADER aplica-se também por opção nacional, ao Eixo 3 – Diversificação das Economias Rurais, Serviços Básicos para a População Local, Conservação e Valorização do Património Rural e por último a Formação e Informação.

Os beneficiários são os Grupos de Ação Local (GAL) que elaboram estratégias de desenvolvimento para os seus espaços rurais, sendo igualmente responsáveis pela respetiva implementação. As GAL gerem as medidas do Eixo 3 que se enquadram na Abordagem Leader e o Eixo 4.

Na RAM existem dois Grupos de Ação Local (GAL), a ACAPORAMA e a ADRAMA. A área de intervenção dos dois GAL ocupa a totalidade das zonas classificadas como rurais, compreendendo a quase totalidade do território, com exceção do concelho do Funchal, de duas freguesias de Câmara de Lobos, duas de Santa Cruz e uma do Machico.

O GAL ACAPORAMA (Associação das Casas do Povo da Região Autónoma da Madeira) compreende a totalidade do concelho de Porto Santo e parcialmente os

¹⁶⁰ Regulamento (CE) Nº 1698/2005 do Conselho, de 20 de Setembro de 2005 (Jornal Oficial da União Europeia, L 277 de 21.10.2005).

concelhos de Câmara de Lobos (freguesias de Curral das Freiras, Jardim da Serra e Quinta Grande), Santa Cruz (freguesias de Camacha, Gaula e Santo António da Serra) e Machico (freguesias de Água de Pena, Caniçal, Porto da Cruz e Santo António da Serra). O seu objetivo estratégico é «*A Promoção e o Reforço das Componentes Organizativas e das Competências das Zonas Rurais*», (PRODERAM, 2012: 59-61), nas vertentes: cultural, social, desportiva, recreativa e da formação profissional.

No período de implementação do LEADER +, este GAL, foi responsável por um investimento total aprovado de cerca de 3 M€. Salienta-se que da repartição do investimento aprovado até final de 2005 por domínio específico de execução, o investimento concentrou-se essencialmente nas áreas dos serviços de base para a economia rural e população, nas infraestruturas sociais e de saúde e no funcionamento do GAL. No entanto, revelou um investimento na ordem dos 7,4% no «Fomento de atividades de turismo», 7,1% no «Turismo» e 4,8% na «Manutenção e restauração de heranças culturais» (PRODERAM, 2012:61).

O GAL ADRAMA (Associação para o Desenvolvimento da Região Autónoma da Madeira) abrange a totalidade dos concelhos da Calheta, Ponta do Sol, Porto Moniz, Ribeira Brava, Santana e São Vicente, apresentando uma matriz acentuadamente rural. O seu objetivo estratégico é a «*Optimização da Utilização dos Recursos Ambientais e Culturais*» (PRODERAM, 2012: 59-61), o qual é concretizado através dos seguintes objetivos operacionais, sendo o primeiro deles dedicado especialmente ao turismo:

- «*Desenvolvimento do turismo sustentável, designadamente consolidando as características de qualidade da oferta; preservando o património local, quer a nível arquitectónico, paisagístico, cultural; valorizando os recursos naturais locais e as capacidades de natureza endógena;*
- «*Apoio ao sector primário e à transformação, nomeadamente a nível da certificação, comercialização, promoção e marketing, com especial ênfase nas actividades tradicionais, incentivando o recurso à cooperação, valorizando ainda a função da agricultura na manutenção e conservação da paisagem e no equilíbrio ecológico e social e fomentando o desenvolvimento de actividades conexas;*
- «*Estímulo à inovação produtiva, sobretudo através da formação, do desenvolvimento de estudos, do apoio a projectos-piloto, a nível de produtos ou serviços, de carácter demonstrativo, de preferência transferíveis, que potenciem uma mais eficaz utilização dos recursos endógenos e garantam novas abordagens de desenvolvimento, integradas e sustentáveis.*

(PRODERAM, 2012: 62-63)

No período de implementação do LEADER +, este GAL, foi responsável por um investimento total aprovado de cerca de 4 M€. Salienta-se que da repartição do investimento aprovado até final de 2005, por domínio específico de execução, o investimento concentrou-se essencialmente em projetos no âmbito do fomento das atividades de turismo (32%), da renovação e desenvolvimento de aldeias e património rural (14,5%), assim como das infraestruturas agrícolas e da assistência técnica (PRODERAM, 2012: 63).

Mais recentemente, a Federação Portuguesa de Associações de Desenvolvimento Local «Minha Terra» tem publicitado «3 Projetos LEADER» dos diferentes GAL em Portugal¹⁶¹. No que concerne a Região Autónoma da Madeira, realçámos os projetos publicados em duas brochuras, a 2009-2010 (Chaves, 2011: 61-62), onde encontramos quatro projetos diretamente relacionados com o turismo e, a 2011-2012 (Chaves, 2012: 125-127), com cinco projetos diretamente relacionados com o turismo.

Quadro 83 – 3 Projetos LEADER por GAL - 2009-2010

GAL	Projetos
ACAPORAMA	Casa do Sardinha – Centro de Interpretação da Natureza Beneficiário: Parque Natural da Madeira
	Rota da Água (percurso pedestre) Beneficiário: Junta de Freguesia de Gaula
	PATRISIG (sistema de gestão e conhecimento de rotas temáticas) Beneficiário: Agência de Promoção da Cultura Atlântica
ADRAMA	Centro da Freira da Madeira (centro de informação) Beneficiário: Parque Natural da Madeira
	Santana Cidade Desportiva (evento de promoção do desporto) Beneficiário: Terra Cidade EMM
	Acessibilidade para todos (melhoria das acessibilidades à saúde e educação) Beneficiário: ADBRAVA – Associação de Desenvolvimento da Ribeira Brava

Fonte: Elaboração Própria a partir de Chaves (2011: 61-62).

¹⁶¹ Estes projetos são publicitados com o apoio do Programa da Rede Rural Nacional, a MINHA TERRA – Federação Portuguesa de Associações de Desenvolvimento Local, a qual seleciona três projetos por cada um dos 53 GAL de Portugal, com a finalidade de ilustrar a diversidade das iniciativas apoiadas por fundos comunitários e desenvolvidas através da abordagem LEADER.

O projeto «Casa do Sardinha», localizado na Ponta de São Lourenço, concelho de Machico visou a criação de um Centro de Interpretação da Natureza cujo objetivo foi a valorização da Estação de Observação e Vigilância, localizada no edifício denominado «Casa do Sardinha», com a instalação de painéis de interpretação da natureza, leitores de paisagem, painéis fotovoltaicos e montagem do sistema elétrico. Para além destes equipamentos o projeto incluía a criação de uma sala de exposições, a promoção de atividades de recreio e lazer e a consequente melhoria das condições de receção da área protegida.

O investimento elegível do projeto foi de € 108.085,92, sendo a despesa pública de € 75.667,14.

O projeto «Rota da Água», localizado na freguesia de Gaula, concelho de Santa Cruz, foi um projeto de recuperação e valorização do património rural da freguesia de Gaula, através da elaboração de uma rota temática. Pretendeu elaborar percursos pedestres para visitar bens imóveis rurais identificados com um plano de sinalização viária da rota. Esta Rota irá divulgar, através de oito percursos turísticos pela freguesia, as levadas, cinco moinhos (alguns ainda em funcionamento), 18 fontanários classificados de Interesse Municipal, nascentes e lavadouros de levada, onde até aos anos 40 do século XX, a população lavava a roupa.

O projeto incluiu ainda a criação de um portal digital e roteiro, onde serão concedidas informações adicionais sobre a história, cultura e património da freguesia de Gaula: *«A “Rota da Água” [...] vai incluir ainda o lançamento de um roteiro em 2012 e de um documentário com recolha sobre a importância deste património na vida da população local. [...] O projeto da «Rota da Água» nasce desta ancestral relação de Gaula com a água, e da necessidade da recuperação e valorização deste património rural, evitando deste modo a sua destruição e descaracterização»* (JM, 8-VI-2011: 25).

O investimento elegível do projeto foi de € 30.140,01 sendo a despesa pública de € 19.819,14.

O projeto PATRISIG, com um âmbito territorial que abrange quatro concelhos, Câmara de Lobos, Santa Cruz, Machico e Porto Santo, visou a implementação de um sistema de gestão e conhecimento das rotas temáticas do património imaterial rural através de uma plataforma de Sistema de Informação Geográfica (SIG), com o intuito de promover a atividade turística nos quatro concelhos já referenciados.

O investimento elegível do projeto foi de € 149.617,50 sendo a despesa pública de € 91.071,52.

A finalidade do projeto «Centro da Freira da Madeira», localizado no Pico do Areeiro, consubstanciou-se na implementação de um centro de informação sobre a Freira da Madeira. Esta ave é uma das mais ameaçadas de extinção, na área adjacente ao único habitat de nidificação a nível mundial. Pretendeu-se com este projeto criar um centro informativo e de interpretação ambiental, associado ao património natural local. Por outro lado, teve ainda como objetivo divulgar o trabalho que é feito na área da conservação da natureza na RAM.

O investimento elegível do projeto foi de € 42.961,79 sendo a despesa pública de € 30.073,25.

«Santana Cidade Desportiva»¹⁶², projeto localizado no concelho de Santana, teve por objetivo criar um evento que promovesse o desporto como forma de vida saudável. Este projeto subdividiu-se em duas vertentes. Por um lado, o lançamento de um fórum intitulado «Atividade Desportiva e Saúde» e por outro a dinamização de atividades desportivas, recreativas e educacionais com as escolas do 1º Ciclo do concelho de Santana.

As ações dinamizadas pretenderam divulgar as valências culturais locais, contribuindo para o desenvolvimento e enriquecimento das populações locais.

O investimento elegível do projeto foi de € 23.878,11 sendo a despesa pública de € 16.714,68.

O projeto «Acessibilidade para todos»¹⁶³ localizado no concelho de Ribeira Brava pretendeu melhorar as acessibilidades à saúde e à educação. O intuito foi através de materiais e ajuda técnica de recuperação física e motora, complementar o acompanhamento domiciliário de idosos, cidadãos com deficiência e doentes com mobilidade reduzida. O projeto visou ainda, recorrendo a programas de voluntariado, incentivar a integração social das populações através da participação em diferentes atividades.

O investimento elegível do projeto foi de € 85.224,39 sendo a despesa pública de € 68.179,51.

¹⁶² Este projeto é um dos que não estão diretamente ligados ao Turismo.

¹⁶³ *Ibidem.*

Quadro 84 – 3 Projetos LEADER por GAL - 2011-2012

GAL	Projetos
ACAPORAMA	Museu da Baleia - Educar para Sensibilizar (atividades de sensibilização ambiental) Beneficiário: Museu da Baleia
	Rede de Promoção Rural (plataforma online de divulgação de conteúdos de interesse turístico) Beneficiário: Associação Madeira Rural
	Vereda da Levada do Castelejo (melhorar as condições de circulação visando a divulgação do património local) Beneficiário: Município de Machico
ADRAMA	Festival Internacional do Folclore (evento de cultura popular) Beneficiário: Município da Ponta do Sol
	Veredas de São Roque do Faial (recuperação e sinalização) Beneficiário: Município de Santana
	Centro Comunitário da 1ª Lombada (criação do centro) Beneficiário: Município de São Vicente

Fonte: Elaboração Própria a partir de Chaves (2012: 125-127).

O projeto «Museu da Baleia - Educar para Sensibilizar», localizado na vila do Caniçal visou a realização de diversas atividades de sensibilização ambiental, em particular atividades relacionadas com a utilização da energia solar. Para o efeito foi adquirida uma viatura, equipamento e *software* para a implementação do projeto.

Este projeto integrou-se no programa educativo do Museu da Baleia, dirigido ao público escolar, com especial enfoque na área da sustentabilidade.

O investimento elegível do projeto foi de € 110.691,01 sendo a despesa pública de € 88.552,81.

A «Rede de Promoção Rural», localizada no concelho de Santa Cruz teve como finalidade o lançamento de uma plataforma *online* de divulgação de conteúdos (produtos e serviços) de interesse turístico. O projeto foi promovido pela Associação Madeira Rural com o intuito de promover o turismo rural na região e possibilitar às unidades de alojamento, suas associadas, assim como aos postos de turismo e outras entidades a utilização desta plataforma que oferecerá informação atualizada de interesse turístico sobre a região, facilitando a organização de férias dos visitantes, a aquisição de produtos e serviços de forma mais simplificada. Para a prossecução destes objetivos, o projeto incluiu equipamentos informáticos a instalar nos empreendimentos turísticos e promoveu a criação de dois postos de trabalho.

O investimento elegível do projeto foi de € 114.555,42 sendo a despesa pública de € 57.277,71.

O projeto «Vereda da Levada do Castelejo», localizado no concelho de Machico, deu continuidade aos trabalhos de requalificação desta levada, inseridos num projeto LEADER/PRODERAM desenvolvido pelo concelho de Santana.

A Levada do Castelejo nasce no Ribeiro Frio, concelho de Santana e estende-se até à freguesia do Porto da Cruz, pertencente ao concelho de Machico.

Este projeto apresentado pelo município de Machico teve como finalidade melhorar as condições de circulação do percurso pedestre, contribuindo para a valorização e divulgação do património local.

O investimento elegível do projeto foi de € 24.518,00 sendo a despesa pública de € 17.162,60.

O projeto «Festival Internacional do Folclore», localizado no concelho de Ponta do Sol, teve como objetivo apoiar a realização da XV edição deste evento de cultura popular. Este evento conta anualmente com a participação dos mais representativos agrupamentos folclóricos regionais, nacionais e internacionais e contribui substancialmente, para além da preciosa troca de experiências de danças e cantares folclóricos mundiais, para a divulgação do folclore Madeirense.

O Evento ocorreu no dia 1 de setembro de 2012, pelas 21h00 e contou com «cinco grupos de fora da Região» (JM, 17-VII-2012). O Festival contou com a atuação de sete grupos folclóricos, dois da Madeira, um dos Açores, um da Bélgica, um da França, um da Venezuela e um da Roménia.

O investimento elegível do projeto foi de € 33.723,28 sendo a despesa pública de € 23.606,30.

As «Veredas de São Roque do Faial» foi um projeto localizado no concelho de Santana, cujo objetivo foi a recuperação e sinalização de três veredas em São Roque do Faial, com uma extensão total de 11,9 km. O projeto consubstanciou-se através de procedimentos de desmatação, limpeza e arranjo dos percursos; colocação de guardas de proteção e sinalização por forma a facilitar o passeio aos visitantes.

O investimento elegível do projeto foi de € 123.910,00 sendo a despesa pública de € 86.737,00.

A criação do «Centro Comunitário da 1ª Lombada»¹⁶⁴, projeto localizado no concelho de São Vicente visou a criação de um centro comunitário de lazer destinado aos jovens e idosos da freguesia. Para o efeito foi recuperado o edifício da antiga escola primária da 1ª Lombada, mantendo a traça tradicional arquitetónica da antiga escola, redimensionado e equipado. O centro oferece salas de convívio e multimédia, sala de refeições e cozinha. Os acessos sofreram remodelações para facilitar a sua utilização por parte de pessoas com mobilidade reduzida.

O investimento elegível do projeto foi de € 150.000,00 sendo a despesa pública de € 105.000,00.

Os projetos apresentados são um exemplo do que os GAL têm dinamizado o desenvolvimento rural e o TER, na Região Autónoma da Madeira, com a ajuda dos apoios comunitários, em especial da Abordagem LEADER.

Nos projetos apresentados observou-se um enfoque para a recuperação quer do património natural, quer do património cultural nas zonas rurais da RAM, o que constitui um impacto positivo dos apoios concedidos ao TER, uma vez que uma oferta estruturada, combinando o alojamento com atividades complementares de animação que permitam a divulgação das culturas locais, contribuirá potencialmente para uma oferta final da qualidade de serviço do TER.

Para uma melhor compreensão por parte do leitor, sobre a amplitude da Abordagem LEADER (2007-2013) na RAM, apresentámos sumariamente as medidas que se enquadram nas temáticas do presente Estudo:

Eixo 3 – Medida 3.1 – Diversificação das Economias Rurais

Esta medida, para além de apoiar a diversificação de atividades geradoras de riqueza no meio rural, prevê o apoio à criação e desenvolvimento de atividades turísticas em meio rural promovidas por microempresas. Para uma melhor compreensão por parte dos beneficiários a medida foi subdividida em cinco ações:

- 3.1.1 Unidades de Turismo;
- 3.1.2 Serviços de Natureza e outros;
- 3.1.3 Serviços de Animação;
- 3.1.4 Produção/Promoção de produtos agroalimentares locais;
- 3.1.5 Artesanato.

¹⁶⁴ Este projeto é um dos que não estão diretamente ligados ao Turismo.

Quadro 85 - Principais Características da Medida 3.1

Caraterísticas	Detalhe
Despesa pública prevista	8,40 M€
% de despesa pública do programa	3,99 %
Tipo de beneficiários	Qualquer pessoa singular ou coletiva de direito privado, localizada numa zona rural
Apoio	50% das despesas elegíveis, até um máximo de 400m€ de investimento elegível

Fonte: RAI – PRODERAM (2010: 183).

Eixo 3 – Medida 3.3 – Conservação e Valorização do Património Rural

Visa o apoio à melhoria da qualidade de vida nos territórios rurais, intervindo na recuperação do património e das infraestruturas de pequena escala. Para uma melhor compreensão por parte dos beneficiários a medida foi subdividida em cinco ações:

- 3.3.1 Preservação do Património;
- 3.3.2 Veredas e Levadas;
- 3.3.3 Valorização Cultural;
- 3.3.4 Infraestruturas de pequena escala;
- 3.3.5 Serviços de Animação Cultural.

Quadro 86 - Principais Características da Medida 3.3

Caraterísticas	Detalhe
Despesa pública prevista	8,40 M€
% de despesa pública do programa	3,99 %
Tipo de beneficiários	Qualquer pessoa singular ou coletiva de direito privado, localizada numa zona rural
Apoio	70% das despesas elegíveis, até um máximo de 150m€ de investimento elegível

Fonte: RAI – PRODERAM (2010: 188).

Eixo 3 – Medida 3.5 – Formação e Informação

Esta Medida pretende melhorar as capacidades técnicas e empresariais dos ativos em meio rural, pelo que serão apoiadas ações de formação e informação dirigidas aos agentes económicos fixados no meio rural, em particular nas áreas de intervenção das medidas do Eixo 3.

Quadro 87 - Principais Características da Medida 3.5

Caraterísticas	Detalhe
Despesa pública prevista	450 M€
% de despesa pública do programa	0,21%
Tipo de beneficiários	Entidades públicas ou privadas que apresentem um plano integrado e articulado de informação/formação.
Apoio	100% das despesas elegíveis para entidades públicas e associativas e 80% para entidades privadas.

Fonte: RAI – PRODERAM (2010: 192).

Eixo 4 – Medida 4 – Elaboração e Execução de Estratégias de Desenvolvimento Local

A Medida 4 tem como objetivo dotar os Grupos de Ação Local (GAL), de instrumentos e competências necessárias para a elaboração, divulgação e implementação de estratégias de Desenvolvimento Local, em particular na gestão das medidas de PRODERAM que estão a seu cargo (3.1, 3.2, 3.3 e 3.5). Um outro objetivo é facultar aos GAL condições e meios que permitam a respetiva participação em redes de cooperação, europeias e nacionais.

Quadro 88 - Principais Características da Medida 4

Caraterísticas	Detalhe
Despesa pública prevista	2,011 M€
% de despesa pública do programa	0,96%
Tipo de beneficiários	Grupos de Ação Local (GAL).
Apoio	80% das despesas elegíveis para ações de cooperação e 100% para as restantes ações.

Fonte: RAI – PRODERAM (2010: 194).

Ao consultarmos os relatórios de execução do PRODERAM, constatámos que estes apresentavam apenas o número de pedidos de apoio e verbas disponibilizadas de forma muito genérica o que nos impossibilitou uma análise relativa ao âmbito dos projetos apresentados por Medida.

Por este motivo optámos por apresentar um quadro resumo dos indicadores de realização por medida assumidos pelo PRODERAM e enquadrados na abordagem LEADER, relativo à situação em 31 de dezembro de 2012.

Quadro 89 – Indicadores de Realização dos Eixos 3 e 4

Medida		Indicador de Realização			
Nº	Ação	Descrição	Objetivo	Situação a 31-XII-2012	% face ao Objetivo
3.1	Diversificação da Economia em Espaço Rural	Nº de beneficiários	200	7	3,5%
		Volume total de investimento (1.000 euros)	4.300	262	6,1%
3.2	Serviços Básicos para a População Rural	Nº de ações apoiadas	20	9	45%
		Volume total de investimento (1.000 euros)	1.100	270	24,5%
3.3	Conservação e Valorização do Património Rural	Nº de localidades onde ocorreram ações	40	28	70%
		Volume total de investimento (1.000 euros)	3.800	1.647	43,3%
		Nº de ações de conservação do património rural	23	20	87%
		Volume total de investimento (1.000 euros)	12.300	4.346	35,3%
3.5	Formação e Informação	Nº de agentes económicos participantes em ações de formação	1.000	0	0,0%
		Nº de dias de formação recebidos pelos participantes	2.500	0	0,0%
4	Abordagem Leader	Nº de Grupos de ação local (GAL)	2	2	100%

Fonte: Relatório de Execução do PRODERAM (2013: 68).

Pela análise do quadro anterior e face às metas previstas na programação verifica-se que o volume de investimento nas medidas do Eixo 3, tendo por base o objetivo inicial, foi inexistente na Medida 3.5 (0%), diminuto na Medida 3.1. (6,1%) e ligeiramente superior nas Medidas 3.2 e 3.3, com 24,5% e 35,3% (nº de ações de conservação do património rural), respetivamente. Constata-se igualmente que a Medida 4 foi a que cumpriu com os objetivos iniciais.

Quanto à execução financeira do Programa, a 31 de dezembro de 2012, o PRODERAM apresentava uma taxa de execução financeira de 52,1%. De acordo com o

Relatório de Execução do PRODERAM, existiram dificuldades de implementação do Programa que se prenderam, em parte, com um número excessivo de Medidas/Ações que originaram um esforço acrescido na regulamentação e criação de múltiplos modelos de candidatura e modelos de análise, assim como na integração da abordagem LEADER no Programa. Apesar dos contratempos terem sido minimamente ultrapassados, poderão estar na base de uma menor adesão ao Programa e na eventual perda de fundos do FEADER. (PRODERAM, 2013: 69-88).

Numa análise ao papel do financiamento LEADER, aos projetos de entidades beneficiárias, proprietárias dos estabelecimentos TER, constantes do nosso universo de estudo e com base nas entrevistas efetuadas aos proprietários, apurámos que 62,5% dos empreendimentos da amostra recorreram a sistemas de incentivos e que o LEADER representou um peso significativo (43,7%), no desenvolvimento destas unidades TER.

Quadro 90 – Sistemas de Incentivo

Financiamento	Nº de Casas	%
LEADER	7	43,75%
Outro/Não sabe	3	18,75%
Não Existente	6	37,50%
Total	16	100%

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pela Entrevista aos Proprietários/Representantes das Casas de Campo (2012).

De acordo com esta leitura, considerando a data de início de atividade dos estabelecimentos da amostra, uma vez que os proprietários não o especificaram, julgamos conseguir aferir que estes estabelecimentos foram beneficiários de diferentes dinâmicas induzidas pelo LEADER, nomeadamente o LEADER II, O LEADER + e a Abordagem LEADER do atual quadro comunitário.

Por outro lado, constatámos que seis empreendimentos (37,5%) da amostra não haviam recorrido a qualquer sistema de incentivo, o que vai de encontro ao exposto anteriormente, em que alguns dos proprietários afirmaram que haviam (re)construído o edifício inicialmente para uso próprio, como casa de campo para férias familiares e somente numa fase posterior, terem recorrido ao TER como forma de manter e rentabilizar o edifício.

4.3 O ASSOCIATIVISMO

Em Portugal, o associativismo não possui uma grande tradição, quando acontece é normalmente porque as empresas se sentem impelidas pela necessidade e não como fruto de uma mentalidade empresarial. Na RAM, à semelhança da mentalidade portuguesa, o empresário «*não [...] está habituado a rever-se como membro de um corpo coeso, com interesses em comum a defender, e ainda menos a acatar decisões que, muito embora tomadas em maioria e em nome do interesse da classe ou mesmo da comunidade em geral, venham real ou aparentemente a prejudica-lo*» (Mello e Carita, 2002: 23).

Na RAM existem três associações que defendem e apoiam os interesses dos seus associados, às quais os empreendimentos de turismo em espaço rural, nomeadamente as Casas de Campo poderiam associar-se. Uma de carácter mais genérico, a Associação Comercial e Industrial do Funchal (ACIF) que é também a Câmara do Comércio e Indústria da Madeira (CCIM) e duas com objetivos mais específicos, a Agência de Promoção da Madeira (AP Madeira) e a Associação Madeira Rural (MR).

Figura 55 – Logótipos das Associações



Fonte: Sites oficiais das Associações.

4.3.1 ACIF

No que concerne a ACIF, fundada em janeiro de 1836, é uma associação sem fins lucrativos que representa as empresas que exercem atividade na RAM, nas áreas do Comércio e Serviços, da Indústria e do Turismo. Atualmente conta cerca de 1.000 empresas associadas (72,5 % no setor do Comércio e Serviços, 11,5 % no setor da Indústria e 16% no setor do Turismo).

Os serviços que concede aos seus associados incidem em ações nas áreas de:

- Informação/ apoio empresarial;
- Formação certificada e acreditada;
- Eventos;
- Protocolos;
- Informação e Apoio Jurídico;
- Missões Empresariais;
- Projetos setoriais;
- *Enterprise Europe Network* (rede de apoio a PMEs);
- *Europe Direct* (Centro de Informação Europeia;
- Serviços técnicos.

De acordo com os Estatutos da ACIF, o seu objetivo como associação é:

«[C]olaborar no progresso económico e social da Região Autónoma da Madeira, defendendo os legítimos interesses dos seus membros, promovendo a solidariedade e o intercâmbio dos meios empresariais de comércio, da indústria e dos serviços, propiciando as condições mais favoráveis ao adequado desenvolvimento das empresas e estimulando e aprovando as iniciativas que os dinamizam».

(ACIF, 2009: 18)

Ao longo dos tempos esta associação tem defendido os interesses dos seus sócios e contribuído para a promoção do emprego, da criação de riqueza e conseqüentemente do desenvolvimento da economia da RAM. Apesar de todas as suas áreas de intervenção serem relevantes para uma empresa, gostaríamos de salientar duas áreas que julgamos fulcrais para as empresas constantes do universo do nosso estudo: A área da Informação e Apoio Empresarial, através da qual os associados são mantidos ao corrente das informações fiscais, contabilísticas, informações no âmbito da EU, oportunidades de negócio e informação sobre Qualidade, Ambiente, Segurança, Higiene

e Saúde no Trabalho; e a área da Informação e Apoio Jurídico, onde os associados podem obter informações jurídicas (sobre direito laboral, direito comercial, direito do consumidor, direito do ambiente e direito administrativo e fiscal), assim como informação sobre programas de apoio e sistemas de incentivos empresariais, sobre licenciamentos e alvarás, etc.

No que concerne o posicionamento estratégico da ACIF, a sua missão é:

- «Promover a atividade dos seus associados e contribuir para o progresso económico e social da RAM;
- Ser o elo de ligação entre os associados e as entidades públicas e privadas, assegurando a representação dos seus interesses;
- Dinamizar o associativismo empresarial e a cooperação organizacional.»

(ACIF, 2013: 12)

As suas áreas estruturantes são sete: Empreendedorismo; Inovação; Tecnologias de Informação e Comunicação; Turismo; Energia, Ambiente e Sustentabilidade; Qualidade, Segurança e Saúde no Trabalho e por último, Dinamização do Tecido Empresarial na RAM.

Numa análise ao envolvimento da ACIF, junto dos proprietários dos estabelecimentos TER, constantes do nosso universo de estudo e com base nas entrevistas efetuadas aos proprietários, apurámos que somente 25% dos empreendimentos da amostra eram associados da ACIF, o que representa um peso pouco significativo no âmbito do espírito associativo destas unidades TER.

Quadro 91 – Associados da ACIF-CCIM

Associado da ACIF	Nº de Casas	%
Sim	4	25%
Não	12	75%
Total	16	100%

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pela Entrevista aos Proprietários/Representantes das Casas de Campo (2012).

Face à totalidade de associados da ACIF (cf. referido anteriormente, cerca de 1.000), o peso dos associados que pertencem à nossa amostra da investigação é diminuto (0,4%).

4.3.2 AP MADEIRA

Quanto à AP Madeira, conforme já referimos num dos pontos anteriores, é uma associação sem fins lucrativos, fundada em agosto de 2004 por duas entidades, uma pública e outra privada, a DRT e a ACIF, respetivamente, tendo a sua constituição decorrido «do Protocolo, assinado entre o ICEP – Portugal, a Secretaria Regional do Turismo e Cultura da Madeira, a Secretaria Regional da Economia dos Açores, a Confederação do Turismo Português e a Associação Nacional das Regiões de Turismo, para a Concertação e Contratualização da Promoção Turística, em 30 de Maio 2003» (AP Madeira, Estatutos: art.º 3º).

O seu objetivo principal é promover e divulgar o destino Madeira nos destinos estratégicos: Reino Unido, Alemanha, França, Espanha, Itália, Escandinávia, Áustria, Suíça, Países Baixos e Bélgica. A associação apresenta ainda como missão, a criação de novas oportunidades para os seus associados, quer através do investimento nas relações públicas, quer através do apoio a iniciativas diferenciadas. Para a prossecução destes objetivos, a associação identificou como áreas de ação predominantes:

- *«Aquisição e negociação de novos voos com companhias aéreas dos principais mercados estratégicos;*
- *Apoio a projectos e acções de operadores turísticos e associados;*
- *Desenvolvimento de um plano estratégico de promoção do destino, que passa por campanhas de publicidade em vários suportes comunicacionais e na realização de inúmeras publi-reportagens nos principais meios de comunicação da Europa, realização de press trips e fam trips;*
- *Apoio a eventos, congressos e incentivos».*

(AP Madeira, www.madeirapromotionbureau.com)

A AP Madeira conta entre os seus associados com Hotéis, Agências de Viagens, Empresas de Animação Turística, Organismos Oficiais e outros, Restaurantes e Turismo em Espaço Rural.

Entre as vantagens dos associados destacam-se descontos e condições privilegiadas na participação em feiras internacionais; informação e acesso privilegiado a determinadas ações e participação ativa, incluindo propostas nas diferentes ações de carácter promocional (AP Madeira, Estatutos: art.º 6º).

De acordo com o Regulamento de Quotização da AP Madeira, os associados terão de pagar quotas fixas e variáveis. As quotas fixas, com algumas exceções têm como base o número de colaboradores de cada associado. As quotas variáveis, de acordo com o tipo de associado poderão traduzir-se num valor pecuniário mensal ou na cedência de condições especiais, nomeadamente entradas gratuitas nas suas instalações ou concessão de descontos sobre os seus bens e serviços (AP Madeira, Regulamento de Quotização).

Ao consultarmos o *site* desta associação verificámos que o TER não é um dos produtos divulgados atualmente. O *site* da AP Madeira apresentava seis campos principais: a associação, a marca madeira, os produtos, as notícias, os *media/trade tools* e os contactos. Na «marca madeira» encontravam-se publicitadas as campanhas, o material promocional e os artigos publicados; nos «produtos» foram destacados a Natureza, os *Spa*, o Golfe, as Quintas, os *MICE* e o Porto Santo; nas «notícias» e nos «*media/trade tools*» descobrimos notícias, brochuras, vídeos e fotos. Em nenhum deles figurava qualquer alusão específica ao TER na Madeira.

Esta política vai de encontro à estratégia de desenvolvimento por região definida para a Madeira, através da revisão do Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT), no horizonte 2013-2015. A ação do PENT assenta em 10 produtos estratégicos, entre os quais salientamos o reforço dos circuitos turísticos e a necessidade de «*[e]struturar a oferta de turismo de natureza, nomeadamente em meio rural, em particular para os segmentos de passeios (a pé, de bicicleta ou a cavalo), de observação de aves ou do turismo equestre, melhorando as condições de visitaçã o e a formação dos recursos humanos*» (PENT, 2013: 13-14). No que concerne a Madeira, estes dois produtos são considerados fundamentais no plano estratégico de desenvolvimento do turismo: «*[a] região deverá continuar a apostar na estruturação e desenvolvimento dos circuitos turísticos e do turismo de natureza para a abordagem aos mercados internacionais*» (PENT, 2013: 47).

Pelo exposto, não sendo o TER uma das apostas estratégicas do desenvolvimento turístico da RAM, no horizonte de 2013-2015, compreende-se que o mesmo não faça parte da política de promoção da AP Madeira.

Numa análise ao envolvimento da AP Madeira, com base nas entrevistas efetuadas aos proprietários dos estabelecimentos TER, constantes do nosso universo de estudo, apurámos que somente 25% dos empreendimentos da amostra eram associados da AP Madeira, o que representa um peso pouco significativo no âmbito do espírito associativo destas unidades TER.

Quadro 92 – Associados da AP Madeira

Associado da AP Madeira	Nº de Casas	%
Sim	4	25%
Não	12	75%
Total	16	100%

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pela Entrevista aos Proprietários/Representantes das Casas de Campo (2012).

Face à totalidade de associados da AP Madeira, cerca de 125, o peso dos associados que pertencem à nossa amostra da investigação é relativamente fraco (3,2%). De referir igualmente que as quatro Casas de Campo da nossa amostra de investigação que pertencem a esta associação, são as mesmas que pertencem à associação referida anteriormente (ACIF), o que, mais uma vez, reconfirma o fraco espírito associativista existente nesta área.

4.3.3 ASSOCIAÇÃO MADEIRA RURAL

A «Madeira Rural» é uma associação de direito privado, sem fins lucrativos, fundada a 10 de outubro de 2000¹⁶⁵, por iniciativa dos empresários representantes de oito unidades de alojamento TER, tendo adotado a denominação: «*Madeira Rural – Associação de Turismo em Espaço Rural da Região Autónoma da Madeira*» (MR, Estatutos: art.º 1º).

Esta associação é a única na RAM dirigida ao turismo rural, tendo como missão principal: «*Promover e Desenvolver o Turismo em Espaço Rural da Região Autónoma da Madeira*» (MR, Historial: 5).

Para a observância desta missão, a associação expôs como objetivos, os seguintes:

- «*Coordenar a comercialização e promoção conjunta, publicidade, relações públicas de todos os seus associados;*
- *Controlar a qualidade do serviço prestado pelos membros da associação;*
- *Promover a formação profissional dos associados no âmbito da atividade turística;*
- *Prestação de serviços aos associados no domínio da atividade turística no espaço rural;*
- *Promover e desenvolver iniciativas de desenvolvimento do turismo em espaço rural, com entidades públicas e privadas;*
- *Apoiar as atividades comerciais dos seus associados, tendo em vista o desenvolvimento dos critérios que regem o turismo em espaço rural;*
- *Zelar pelos interesses legítimos dos seus associados;*
- *Dar a conhecer a oferta de turismo rural da Região Autónoma da Madeira, assim como as atividades que contribuam para o seu desenvolvimento».*

(MR, Estatutos: art.º 3º)

De acordo com os Estatutos da Madeira Rural poderão ser associados todos aqueles que desenvolvam uma atividade relacionada com uma das duas alíneas seguintes:

- a) «*Alojamento em unidades de turismo em espaço rural, alojamento turístico, alojamento local ou equiparado conforme definidas em regulamento próprio, aprovado pela Assembleia Geral;*

¹⁶⁵ Os Estatutos foram aprovados a 10.10.2000 e alterados a 28.11.2003, por Escritura Pública e em Assembleia Geral a 16.11.2012.

- b) *Actividades e serviços complementares de animação e diversão que se destinem à ocupação dos tempos livres dos turistas e contribuam para a divulgação das características, produtos e tradições da Região.*

(MR, Estatutos: art.º 4º)

Relativamente ao tipo de associados desta organização, gostaríamos de salientar que a alínea a) sofreu algumas alterações ao longo do tempo, em 28.11.2003 por Escritura Pública e em de 16.11.2012, em reunião de Assembleia Geral. As sucessivas redações da alínea a) foram as seguintes:

1ª - *«Casas de turismo de habitação, de turismo rural, de agro-turismo, de turismo de aldeia e casas de campo rurais»;*

(Escritura Pública de 10.10.2000)

2ª - *«Alojamento em unidades de turismo em espaço rural conforme definidas em regulamento próprio, aprovado pela Assembleia Geral»;*

(Escritura Pública de 28.11.2003)

3ª - *«Alojamento em unidades de turismo em espaço rural, alojamento turístico, alojamento local ou equiparado conforme definidas em regulamento próprio, aprovado pela Assembleia Geral».*

(Assembleia Geral em 16.11.2012)

De acordo com os objetivos e a denominação desta associação, os quais não sofreram qualquer alteração ao longo deste período, foi notória a intenção inicial desta associação, a qual coincidia com a sua missão, «Promover e Desenvolver o Turismo em Espaço Rural na RAM», aceitando como associados, na área do alojamento, unicamente os empreendimentos devidamente licenciados.

Na realidade esta associação, durante os primeiros anos de atividade manteve esse princípio, o qual por motivos vários foi sendo alterado e atualmente a associação conta entre os seus associados, na área do alojamento, empreendimentos licenciados como TER, assim como outros tipos de alojamento turístico, entre os quais figuram apartamentos turísticos.

As receitas desta associação provêm essencialmente das joias e quotas pagas pelos seus associados, por legados, subvenções e doações ou por qualquer outro tipo de rendimento que seja considerado legal. (MR, Estatutos: art.º 23º).

Ao consultarmos o *site* desta associação verificámos que dos 51 empreendimentos licenciados como TER, em 2012, apenas 23 eram associados (45%) da Madeira Rural.

No âmbito da nossa amostra, das 16 Casas de Campo que colaboraram com o presente estudo, apenas 7 casas¹⁶⁶ (43%) são associados da Madeira Rural, as quais representam um peso relativo (15,5%) na totalidade dos sócios.

Segundo informação da Madeira Rural, em 2012, esta associação possuía 45 associados, sendo 23 associados (51%) empreendimentos licenciados como TER na RAM.

Possuindo esta associação uma central de reservas *online*, uma outra questão que nos despoletou a atenção foi como estaria a divulgar a presente situação. Ao efetuarmos a pesquisa no *site* em questão, na versão em inglês, deparamo-nos com a seguinte conjuntura:

Em primeiro lugar, quer a denominação, quer a descrição das suas funções apontam para uma associação dedicada exclusivamente ao Turismo em Espaço Rural, de acordo com a figura seguinte:

Figura 56 – Denominação e Âmbito de Ação da Madeira Rural



Fonte: http://www.madeirarural.com/quem-somos/page.cfm?info=quem_somos [27-VII-2013].

Transcrição do texto da figura anterior¹⁶⁷:

«*Madeira Rural is Madeira Autonomous Region's Rural Tourism Association, and represents accommodation, products and services related to Rural Tourism (TER – Turismo em Espaço Rural).*

¹⁶⁶ Destas 7 casas, duas delas pertencem igualmente à ACIF e à AP Madeira.

¹⁶⁷ Como a imagem foi retirada da Internet e o texto poderá ser de difícil leitura, optámos por transcrevê-lo. Nas três figuras seguintes será adotado o mesmo método.

Madeira Rural is a private non-profit organization aiming at developing and promoting rural tourism in general and the activity of its associates in particular.

Madeira Rural reservations centre is the sole and exclusive property of all its associates.»

Em segundo lugar, o «Turismo de Portugal, I.P.» publica na sua página Web a tradução para diferentes línguas estrangeiras do Decreto-Lei nº 228/2009, através do qual se constata qual a terminologia que foi adotada na língua inglesa para os empreendimentos de turismo em espaço rural:

«Tourism enterprises in rural areas can be graded under the following groups:

- a) Country homes;*
- b) Agro-tourism;*
- c) Rural hotels».*


(art.º18, ponto 3)

De acordo a tradução deste diploma legal, as Casas de Campo, em inglês deveriam intitular-se «*Country Homes*».

Por um lado, a Associação Madeira Rural não está a seguir esta terminologia na divulgação dos alojamentos, e por outro, apurámos ainda que não existia qualquer diferenciação entre os empreendimentos licenciados como TER e os restantes, de acordo com as figuras seguintes:

Figura 57 – Vila Joaquina (Licenciada como Casa de Campo pela DRT)


Holiday House Vila Joaquina Santo António Serra (Santa Cruz) - Madeira - Portugal



Vila Joaquina is a manor house tastefully furnished and decorated in warm shades, which was completely renovated in 1999. It is located in Santo da Serra Village, a tranquil area for a relaxing holiday but is just 15 minute drive to reach Funchal.

[More info](#) [BOOK NOW](#)

Bedrooms: 3 Maximum Capacity: 6 persons Minimum Stay: 3 nights From: 50€ (2 persons / per night)



Fonte: <http://www.madeirarural.com/alojamento/?casas=1&lingua=eng> [27-VII-2013].

Transcrição do texto da figura anterior:

«Vila Joaquina is a manor house tastefully furnished and decorated in warm shades, which was completely renovated in 1999. It is located in Santo da Serra Village, a tranquil area for a relaxing holiday but is just 15 minute drive to reach Funchal.»

Na descrição desta Casa não existe qualquer referência ao seu licenciamento como «*Casa de Campo*», nem como pertence ao TER. A agravar a situação, foi intitulada como «*Holiday House*», cuja tradução para português é «*Casa de Férias*» e não como «*Country Home*», de acordo com o diploma legal referenciado.

Figura 58 – Vivenda Belo Horizonte (Empreendimento Turístico Sem Licenciamento TER)

Holiday House Vivenda Belo Horizonte

This Villa is the perfect place for an unforgettable holiday! It is located in Garajau on a cliff overlooking the Atlantic Ocean and the Madeira Natural Sea Reserve! Facilities include a swimming-pool, a Jacuzzi and much more!

Special Offers

More info **BOOK NOW**

Bedrooms: 4 Maximum Capacity: 8 persons Minimum Stay: 7 nights From: 176.46€ (2 persons / per night)

Caniço - Madeira - Portugal

Fonte: <http://www.madeirarural.com/alojamento/?casas=1&lingua=eng> [27-VII-2013].

Transcrição do texto da figura anterior:

«*This Villa is the perfect place for an unforgettable holiday! It is located in Garajau on a cliff overlooking the Atlantic Ocean and the Madeira Natural Sea Reserve! Facilities include a swimming-pool, a Jacuzzi and much more!*»

Neste caso estamos perante um empreendimento turístico que não possui qualquer licenciamento TER, mas que no entanto foi intitulado como «*Holiday House*», à semelhança da Casa da figura anterior, embora a anterior (Vila Joaninha) possua licenciamento TER como «*Casa de Campo*».

Figura 59 – Apartamentos Vila Marta (Empreendimento Turístico Sem Licenciamento TER)

Holiday Apartments Vila Marta

If you wish to spend your holidays in a friendly family atmosphere, then come to Madeira Island and stay in this lovely Holiday Home Vila! You will feel just like you were at your own home!

More info **BOOK NOW**

Bedrooms: 9 Maximum Capacity: 27 persons Minimum Stay: 3 nights From: 53€ (2 persons / per night)

São Martinho - Madeira - Portugal

Fonte: <http://www.madeirarural.com/alojamento/?quartos=1&lingua=eng> [27-VII-2013].

Transcrição do texto da figura anterior:

« *If you wish to spend your holidays in a friendly family atmosphere, then come to Madeira Island and stay in this lovely Holiday Home Vila! You will feel just like you were at your own home!* »

Entre as diferentes situações encontradas na página Web desta associação, e lamentavelmente são muitas, selecionámos esta figura por pensarmos que espelha de forma genérica o tumulto de «más práticas» desta associação e a imagem distorcida do TER na Madeira que está a passar ao turista, internacionalmente.

Este empreendimento turístico não tem qualquer licenciamento TER e surge em igualdade de circunstâncias com outros que o têm. Foi intitulado «*Holiday Apartments*», o que poderá induzir um turista a pensar que o empreendimento pertence ao TER, residindo a diferença na circunstância das unidades de alojamento possuírem uma Kitchenette, uma vez que na descrição do empreendimento, este intitula-se «*Holiday Home Vila*» e promete ao visitante «*a friendly family atmosphere*», uma das características profundamente ligadas ao conceito TER.

Efetivamente o turista que desejar efetuar uma reserva, através desta central de reservas *online*, deverá selecionar o separador «*Book Accommodation*» (<http://www.madeirarural.com/madeira-accommodation/>, [27-VII-2013]) e neste, uma das seguintes opções:

- «*By Location*»;
- «*Holiday Houses*»;
- «*Holiday Apartments*»;
- «*Rooms*»;
- «*Special Offers*».

Em nossa opinião, o turista que visite esta central de reservas, dificilmente se aperceberá que o leque de oferta de alojamento inclui empreendimentos devidamente licenciados como TER e outros que não estão classificados como turismo em espaço rural.


Na pesquisa que efetuámos, encontrámos apenas uma referência ao licenciamento de uma casa de campo. Essa referência estava inserida no texto publicitário da casa. Segundo a Madeira Rural, os textos publicitários dos empreendimentos são da responsabilidade dos seus representantes legais:

Figura 60 – Casa dos Cedros (Licenciada como Casa de Campo pela DRT)

Casa dos Cedros - Holiday House



Welcome to the Cedros House. It is a unit of tourism in rural areas, with the official classification of "Casa de Campo". Built in the early XX Century, it was rebuilt in the late nineties of the last Century, with particular care to preserve the original structure of the house and keep the materials used in its original construction. All the outer coating of the housing is in stone white sand, unique in the genre on the island, giving it a characteristic appearance of the typical



More info **BOOK NOW**

Bedrooms: 7 Maximum Capacity: 21 persons Minimum Stay: 2 nights From: 45€ (2 persons / per night)

Fonte: <http://www.madeirarural.com/alojamento/?quartos=1&lingua=eng> [27-VII-2013].

Transcrição do texto da figura anterior:

«Welcome to the Cedros House. It is a unit of tourism in rural areas, with the official classification of "Casa de Campo". Built in the early XX Century, it was rebuilt in the late nineties of the last Century, with particular care to preserve the original structure of the house and keep the materials used in its original construction. All the outer coating of the housing is in stone white sand, unique in the genre on the island, giving it a characteristic appearance of the typical.»

Apesar desta Casa de Campo se situar na ilha de Porto Santo, a qual não foi inserida no âmbito da nossa investigação, colocámo-la como exemplo, uma vez que aquando da nossa pesquisa, ao consultarmos todas as descrições dos empreendimentos turísticos divulgados pela Associação Madeira Rural, esta foi a única descrição onde encontrámos uma referência ao TER: *«It is a unit of tourism in rural areas, with the official classification of "Casa de Campo"»*. Relembramos que de acordo com a Associação, as «descrições» das Casas são da inteira responsabilidade dos seus proprietários. Como esta Casa não se encontrava no âmbito da nossa investigação não apurámos o motivo que levou o seu proprietário a incluir, logo no início da descrição da sua Casa, a questão do seu licenciamento. Podemos no entanto supor que o panorama oferecido pela página Web da associação o tenha influenciado a fazê-lo.

Ao longo do ano de 2012 contactámos esta associação para a realização de uma entrevista. Num dos contactos efetuados colocámos uma questão relativa ao motivo porque possuíam associados na área do alojamento que não estavam devidamente licenciados como TER e se existiria uma forma do turista, ao reservar o alojamento, ter conhecimento deste facto. Foi-nos respondido que a associação havia considerado que qualquer tipo de alojamento turístico, desde que inserido no meio rural, poderia candidatar-se a associado.

Como esta resposta não ia de encontro à legislação portuguesa, nem aos estatutos da Associação que tínhamos em nosso poder no momento¹⁶⁸ (Anexo V.1), levantámos novamente a questão nessa base. O representante da Associação afirmou-nos que essa questão não poderia ser levantada nessa base, porque os Estatutos já haviam sido alterados e os atuais já previam esse tipo de associados¹⁶⁹.

Quanto ao tema relativo ao turista ter ou não conhecimento, aquando da reserva, sobre o licenciamento TER do alojamento, o representante da associação referiu que esse não era um assunto relevante porque os turistas desconheciam a nossa legislação e para a maioria, qualquer alojamento turístico, desde que estivesse localizado no meio rural, era sinónimo de turismo rural. Para os mais informados, se contactassem a associação receberiam a resposta desejada.

Para além das situações já expostas neste ponto, as respostas do representante da Associação Madeira Rural, traduzem um conjunto de «más práticas», onde imperam as «meias verdades» que em nada abonam o incremento da qualidade e do desenvolvimento sustentável do TER na Madeira.

Considerando que «*[t]he Internet is the primary medium for accessing travel information for planning in all major markets*» e que no futuro «*[t]he major growth markets for international travel will consist predominantly of Internet users*» (WTO, 2007a: 125), esta associação deveria adotar medidas urgentes na gestão da informação que está a disseminar na sua página Web.

Por outro lado esta associação tem desenvolvido um conjunto de ações relevantes no âmbito da promoção do TER, conforme consta do seu Historial (Anexo IV).

Em nossa opinião, na promoção do turismo em espaço rural na Madeira e face à competitividade existente seria importante efetuar um estudo sobre a fidelização do Visitante TER na Madeira, o qual servisse de base à estratégia promocional futura deste segmento turístico, o qual até ao momento, nem esta associação, nem os organismos públicos responsáveis pela promoção do destino Madeira têm feito.

Recentemente têm sido apresentados modelos para o estudo da fidelização de clientes em turismo rural, uma vez que esta é uma «*forma de turismo, baseada em, e dependente de recursos primários patrimoniais, cuja preservação é uma condição fundamental para garantir a qualidade e atractividade do destino*» (Kastenholz, 2006:

¹⁶⁸ Estatutos aprovados a 10.10.2000 e alterados a 28.11.2003 (Anexo V.1).

¹⁶⁹ A entrevista foi realizada em Maio de 2012. Apesar da nossa insistência, os Estatutos atuais (alterados a 16 de Novembro de 2012) só nos foram enviados em Junho de 2013 (Anexo V.2).

32), o que implica garantir uma estratégia de turismo sustentável nesta área. Segundo a autora, o tipo de marketing mais indicado para o turismo em espaço rural é o denominado “*marketing integrado e sustentável do destino*”: «*integrado devido à complexidade do produto e sustentável porque baseado no princípio de respeito pelo património como condição sine qua non da atractividade contínua do destino e de um desenvolvimento digno da actividade*» (Kastenholz, 2006: 35). No estudo e modelo elaborados por esta autora foram identificados diferentes segmentos de mercado no turismo em espaço rural «*verificou-se a existência de um mercado com motivações, características e comportamentos heterogéneos*» (Kastenholz, 2006: 35), o que a motivou a concluir que na promoção dos destinos turísticos rurais, os estudos de mercado eram fundamentais para que esse destino pudesse adotar «*uma estratégia de marketing inteligente, adaptada ao potencial local e regional e orientada pelas oportunidades de mercado*» (Kastenholz, 2006: 42).

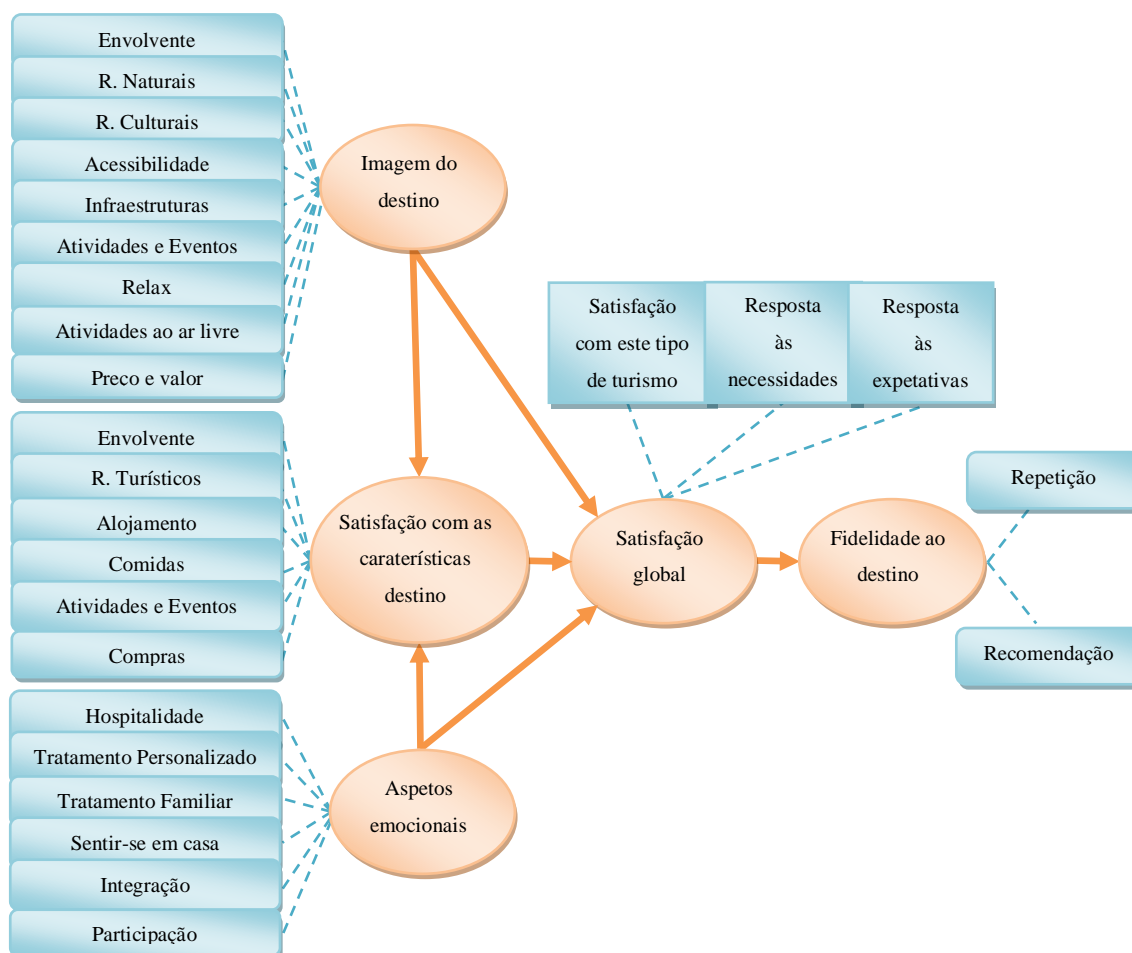
Posteriormente, em 2010 foi anunciado um outro modelo que partindo de estudos relacionados com a fidelidade aos destinos turísticos, apresentou uma proposta para o estudo da fidelização do cliente em turismo rural, com enfoque especial para a satisfação global do cliente, a qual seria essencialmente determinada pela análise de três pilares fundamentais: a «*imagem do destino*», a «*satisfação com as características do destino*» e os «*aspetos emocionais*». Por outro lado, a satisfação global do cliente seria o fator principal para a determinação da «*fidelidade ao destino*», a qual se traduziria essencialmente em dois indicadores: «*a repetição da visita*» ou a «*recomendação do destino*»:

«[T]entou-se desenvolver uma definição da fidelidade no turismo rural [...] salientando os aspetos chave, nomeadamente, a repetição da visita ou a recomendação a familiares e amigos, factores como a satisfação ou o tratamento personalizado, familiar e hospitaleiro, complementados pela autenticidade do meio rural e do seu património [...]. Quanto ao perfil do turista rural [...] parece que cliente fiel é aquele que repete ou recomenda um destino e/ou alojamento de turismo rural e que valoriza aspectos como a qualidade, o bom serviço e o bom tratamento, mas com um perfil muito heterogéneo».

(Cerro, Mogollón e Alves, 2010: 239-240)

Para uma melhor compreensão, por parte do leitor, apresentamos seguidamente o modelo mencionado anteriormente:

Figura 61 – Modelo para o Estudo da Fidelização de Cientes em Turismo Rural



Fonte: Cerro, Mogollón e Alves, 2010: 239.

De acordo com os autores, este ainda não é um modelo final: «*deverá ser testado em posteriores estudos de carácter causal e confirmatório*» (Cerro, Mogollón e Alves, 2010: 239). Uma vez que a «Madeira Rural» é o organismo local que está a promover o turismo em espaço rural na Madeira, seria de todo o interesse que esta associação efetuasse estudos de mercado neste sentido e eventualmente tentasse testar o modelo apresentado¹⁷⁰.

De acordo com o anteriormente exposto concluímos que na RAM não existe uma única associação que se dedique exclusivamente ao TER e que até à data não se têm

¹⁷⁰ O modelo não foi testado no nosso estudo porque não estava inserido nos objetivos da presente investigação.

efetuado estudos com o propósito de conhecer o produto turístico rural existente na RAM ou o perfil deste Visitante com a finalidade de estabelecer estratégias que potenciem a competitividade deste segmento turístico e o seu consequente desenvolvimento sustentável.

4.4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A descrição do papel do Estado no desenvolvimento do Turismo em Espaço Rural procurou captar numa perspetiva global, alguns elementos centrais da situação atual da implementação das políticas governamentais no desenvolvimento das zonas rurais, estimulando a diversificação das atividades económicas e a consequente melhoria das condições de vida das populações rurais. Neste âmbito o turismo foi considerado como uma atividade capaz de animar a economia, criar emprego e concorrer para fixação das populações rurais, respondendo desta forma aos recentes processos de mudança económica e social e abonando o desenvolvimento rural face às novas carências e ambições sociais.

O envolvimento do Estado no desenvolvimento do turismo em espaço rural tem desempenhado um papel decisivo em três frentes predominantes: na formulação e execução ordenada de políticas nacionais e comunitárias; na criação dos espaços turísticos, assim como na sua administração e regulamentação. No entanto, numa entrevista a Carminda Cavaco e a Luís Moreno, efetuada em 2006, os entrevistados disseram o seguinte:

«De acordo com a aceção que utilizamos do termo “desenvolvimento” (rural, urbano, social, territorial, económico, etc.), este corresponde a um processo, nunca a um “estado”, nunca a uma situação que se atinja. É sempre “desafio e utopia”, simultaneamente, ou seja, estímulo/provocação e algo que não tem (ainda) lugar. Será o “desdobramento das possibilidades criadoras inerentes a uma sociedade”, citação de memória de Drewnowski ou de John Friedmann. Mesmo num país considerado “desenvolvido”, como a Suécia, não se deixará de falar em desenvolvimento, aplicado às suas condições sociais, económicas e territoriais concretas. Mas esse processo implica crenças, “fé”, credo em princípios e em promessas, para que haja adesão e cumprimento de quotas-partes de responsabilidade em desígnios socialmente assumidos, que são tanto mais exigentes e complexos quanto maior o grau de desenvolvimento atingido. Com aquilo que tem sido feito, não sabemos se “estamos mais próximos de vencer o desafio do desenvolvimento rural”, mas podemos perguntar-nos se estaremos pior – em termos de melhoria das oportunidades de acesso da população rural à sua valorização, em termos relativos – do que estávamos em meados ou no último quartel século passado».

(Cavaco e Moreno, 2006: 6)

As iniciativas comunitárias têm contribuído significativamente para a elaboração de estratégias de desenvolvimento nos espaços rurais e para a respetiva implementação. A sua incidência está relacionada sobretudo com a recuperação e preservação do

património natural e cultural, apesar de termos verificado que alguns empreendimentos não tenham recorrido a estas ajudas, assim como com o desenvolvimento de outras atividades económicas que têm contribuído para o desenvolvimento do TER, nomeadamente o projeto «Rede de Promoção Rural», através do qual foi financiada uma plataforma *online* de divulgação de conteúdos de interesse turístico para a Associação Madeira Rural, entre outros.

Na Madeira, à semelhança de Portugal Continental o associativismo revelou não possuir uma forte tradição: «*Embora sintam que o associativismo é importante para o futuro da região e da própria actividade (turística) parecem na prática não se interessar pela questão*» (Jesus, Kastenholz e Figueiredo, 2008: 13). Na Ilha, quando sobreveio foi porque as empresas se sentiram compelidas pela necessidade e não como resultado de uma mentalidade empresarial. No entanto, os associados esperam que as associações defendam e apoiem os seus interesses.

Existem três associações na Madeira às quais as Casas de Campo deveriam associar-se. A duas delas, A ACIF e a AP Madeira, apenas quatro Casas de Campo da nossa amostra de investigação estão associadas, representando um peso deveras diminuto nessas associações relativamente ao número global de associados. Quanto à Associação Madeira Rural, a situação é ligeiramente diferente, nos seus associados conta com 51% que representam empreendimentos TER, entre os quais se encontram 7 casas da nossa amostra (15,5% dos associados).

O Turismo em Espaço Rural tem sido apoiado por estas associações, de acordo com os objetivos de cada uma delas. No entanto, a Associação Madeira Rural que deveria defender e apoiar o TER especificamente, para além de ser a única na Madeira que possui uma central de reservas *online* e que inicialmente (em 2000) só aceitava como associados, os alojamentos «de turismo em espaço rural», atualmente aceita como associados, no âmbito do alojamento, qualquer tipo de empreendimento turístico, sem apresentar na sua página Web nenhuma diferenciação entre os mesmos. O panorama ainda se torna mais grave se pensarmos que o visitante TER utiliza maioritariamente a Internet como meio de recolha de informação e reserva de alojamento e que a falta de transparência desta associação, está a difundir internacionalmente uma imagem distorcida do TER na Madeira.

Neste capítulo sublinhámos o quadro das iniciativas de desenvolvimento existentes na Madeira e uma situação que em nosso entender necessita ser revista com urgência, a falta de transparência da Associação Madeira Rural, e que de uma certa

forma justifica e reforça a premência na implementação de um Guia de Boas Práticas para as Casas de Campo na Madeira, o qual será apresentado no próximo capítulo.

CAPÍTULO V

GUIA DE BOAS PRÁTICAS PARA AS CASAS DE CAMPO NA MADEIRA

5.1 O PANO DE FUNDO

As futuras oportunidades do desenvolvimento sustentável do TER na Madeira enfrentam desafios acrescidos, isto é, constrangimentos endógenos e exógenos que lhes dificultam o crescimento, assim como a competitividade com a indústria hoteleira em geral, semelhantes aos que têm ocorrido em Portugal Continental:

«O turismo no espaço rural estruturou-se no alojamento rural e nas atrações que as áreas rurais configuram, naturais e culturais, constituindo-se, na actualidade, como uma oferta de alojamento alternativa mas muito distante dos valores globais da hotelaria tradicional. Contudo, face às carências de alojamento de qualidade nestas áreas, representa um baluarte significativo entre a oferta existente. Não se duvida de que, se não se tivesse efetuado o esforço de três décadas na recuperação de património arquitectónico existente no interior do país, nomeadamente de solares e de casas rurais, o atraso de desenvolvimento seria muito maior».

(Ferreira, 2004: 480)

No âmago dos constrangimentos salientamos a reduzida dimensão destas empresas, a ausência do espírito associativo, os elevados custos dos fatores de produção devido ao seu isolamento geográfico, a falta de mão-de-obra qualificada e a fraca competência tecnológica.

Segundo Jorge Osório¹⁷¹, o reforço ao desenvolvimento de estratégias no espaço rural, em 2001, continuava a ser uma prioridade em Portugal:

«Parece-me, assim, que o Turismo Rural em Portugal, embora com algumas adaptações pontuais, deva continuar a sua evolução, ser estruturado, tendo em conta os seguintes aspectos:

- *O Alojamento*
- *A Animação*
- *A Organização da Oferta, nomeadamente:*
 - *Na Formação*
 - *Na Promoção»*

(2001: 140)

Na Madeira, não existe um plano estratégico para o desenvolvimento do turismo rural e, para além destas empresas necessitarem de uma política eficaz de

¹⁷¹ Presidente da Região de Turismo Douro Sul (2000).

competitividade regional, as próprias organizações deverão começar por eliminar os seus constrangimentos endógenos. Uma das medidas que propomos neste capítulo é a melhoria da qualidade dos seus serviços.

A Comissão Europeia elaborou um documento dirigido essencialmente às entidades locais competentes e a outras organizações responsáveis pelo turismo, intitulado «*Para um turismo rural de qualidade – Gestão integrada da qualidade (GIQ) dos destinos turísticos rurais*». Apesar do documento apresentar recomendações e princípios especialmente dirigidos a uma política de gestão integrada, as recomendações de boas práticas aplicam-se igualmente às pequenas empresas, nomeadamente às Casas de Campo, uma vez que pertencem ao conjunto total (Comissão Europeia, 2000:14).

O documento em causa apresenta 15 princípios do código de conduta, dos quais salientamos algumas das prioridades:

- *«Trabalhar de perto com o organismo de turismo do destino e participar com outras empresas locais em grupos de redes e em iniciativas conjuntas, para aumentar e promover a qualidade;*
- *Apoiar iniciativas de comercialização, de modo a melhorar a oferta, designadamente de serviços centrais de reservas e pacotes baseados no destino, aos visitantes;*
- *Estudar continuamente formas de melhorar os padrões das instalações e dos serviços;*
- *Respeitar o ambiente e procurar reduzir resíduos e utilização de recursos não renováveis;*
- *Ter em conta a formação e outras formas de ajuda que possam ser necessárias para a melhoria da qualidade e participar nos correspondentes programas de formação;*
- *Assegurar que todo o pessoal está e se sente envolvido no fornecimento de uma experiência de qualidade do destino e da empresa e que possui formação adequada;*
- *Procurar recolher e transmitir informações sobre as reações dos visitantes no que se refere ao destino, bem como sobre a empresa em causa».*

(Comissão Europeia, 2000:14)

O estudo apresentado nos capítulos II e IV da presente investigação revelou-nos que estas prioridades não estão a ser seguidas pela maioria das Casas de Campo na ilha da Madeira:

- No que concerne «*a participação com outras empresas locais em grupos de redes e em iniciativas conjuntas*», isto é, no campo do associativismo, existindo três associações na Madeira, apenas quatro casas (12%) da nossa amostra se encontram associadas a duas delas. À terceira associação,

especialmente dirigida ao TER, a Madeira Rural, apenas 7 casas (43%) da nossa amostra se encontram associadas;

- No que diz respeito aos «*serviços centrais de reservas*», a situação repete-se. A associação Madeira Rural possui uma central de reservas, à qual apenas, as anteriormente referidas 7 Casas de Campo têm acesso;
- Não encontramos durante as nossas visitas e entrevistas realizadas nenhum elemento que nos evidenciasse qualquer postura relacionada com a melhoria dos padrões das instalações. Atendendo aos resultados dos inquéritos lançados aos visitantes apurámos que o maior número de sugestões apresentadas pelos visitantes (18 num total de 53 respostas, cf. Quadro 27) recaiu na renovação ou aquisição de equipamento para a unidade turística, principalmente no que respeitava aos equipamentos de cozinha, de arrumação e de lavandaria;
- Quanto ao respeito pelo ambiente, nenhuma das casas possuía Certificação Ambiental;
- No âmbito da formação e do envolvimento do pessoal em todo o processo, constatámos que apenas 8 casas (50%) da amostra possuíam trabalhadores assalariados. Essas casas confirmaram-nos que concediam formação profissional aos seus funcionários. Por outro lado dos 16 proprietários/representantes inquiridos apenas cinco (31%) confirmaram possuir experiência profissional anterior na atividade turística, o que demonstra alguma carência na área da formação profissional;
- Durante as entrevistas aos proprietários e visitas aos empreendimentos, só tivemos conhecimento de uma casa que referiu possuir um inquérito que lançava aos visitantes para apuramento da satisfação global da estadia, embora a taxa de preenchimento fosse demasiado reduzida. Outras duas casas informaram-nos que possuíam um «*Guest Book*». Ao solicitarmos a consulta do mesmo, no imediato não nos foi negada, no entanto apesar da nossa insistência, nunca foi encontrado por parte dos proprietários o momento oportuno para o efeito.

Ao longo deste estudo, nos capítulos anteriores, apresentámos os resultados dos inquéritos lançados aos visitantes, das entrevistas efetuadas aos

proprietários/representantes e das visitas às Casas de Campo da amostra, tendo sido a apreciação das unidades de alojamento por parte dos visitantes oferecida de forma genérica. Esta última, neste capítulo, será ostentada com maior detalhe para que o leitor possa conquistar uma ideia mais sólida sobre a situação atual destes empreendimentos numa perspetiva da qualidade da oferta.

Quadro 93 - Grau de Satisfação do Visitante - Alojamento: Atendimento Pessoal – Profissionalismo

Classificação (1 a 10 pontos)		N	%	% Válidas
Válidos	1	3	1,8%	1,9%
	2	1	0,6%	0,6%
	3	4	2,4%	2,5%
	4	6	3,7%	3,7%
	5	6	3,7%	3,7%
	6	16	9,8%	9,9%
	7	32	19,5%	19,8%
	8	30	18,3%	18,5%
	9	28	17,1%	17,3%
	10	36	22,0%	22,2%
	Total	162	98,8%	100,0%
Sem Resposta		2	1,2%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pelo Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

Apesar da Moda se ter situado nos 10 pontos, verifica-se no quadro anterior que apenas 22,2% dos inquiridos atribuiu essa classificação máxima à variável «Profissionalismo», no Atendimento das Casas de Campo da amostra. A segunda maior percentagem de respostas, 19,5% incidiu nos 7 pontos e 22% das respostas incidiram em classificações iguais ou inferiores a 6 pontos, para além de que existiram dois inquiridos que optaram por não atribuir qualquer classificação.

Se efetuarmos a adição das percentagens de resposta das três melhores classificações (10, 9 e 8 pontos) verificamos que 57,4% das respostas pertenceram a este conjunto.

A reflexão imediata induzida por estes dados é a de carência de profissionalismo no atendimento aos visitantes, em cerca de metade das Casas de Campo da amostra. Segundo António Ferreira um dos constrangimentos das áreas rurais decorre «*da falta de preparação, técnica e científica dos recursos humanos, nomeadamente dos que tem por funções prestar informação turística*» (2004: 482). Neste campo, relembramos o leitor que na maioria das Casas de Campo da Madeira, quem detém a função de atender o hóspede e prestar informação turística é o proprietário/representante do empreendimento, pelo que concordamos com a opinião de António Ferreira quando nos diz o seguinte:

«É fundamental que as funções em causa sejam cometidas a profissionais com preparação técnica e científica adequada, de nível superior, de modo a que as suas competências adquiram novas dinâmicas, nomeadamente ao nível do conhecimento dos fundamentos do turismo como ciência. A resposta pragmática a solicitações de ordem cada vez mais complexa e qualificada deve ser a postura dos recursos humanos em turismo».

(2004: 482)

Quadro 94 - Grau de Satisfação do Visitante - Alojamento: Atendimento Pessoal – Hospitalidade

Classificação (1 a 10 pontos)	N	%	% Válidas	
Válidos	1	2	1,2%	1,2%
	2	0	0,0%	0,0%
	3	1	0,6%	0,6%
	4	1	0,6%	0,6%
	5	1	0,6%	0,6%
	6	4	2,4%	2,5%
	7	18	11,0%	11,0%
	8	31	18,9%	19,0%
	9	43	26,2%	26,4%
	10	62	37,8%	38,0%
	Total	163	99,4%	100,0%
Sem Resposta	1	0,6%		
Total	164	100,0%		

N= Frequência

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pelo Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

A variável «Hospitalidade» no Atendimento sugere melhores resultados, em que a maior percentagem de respostas (82,9%) se encontra nas classificações superiores: 10, 9 e 8 pontos, com uma Moda de 10 pontos. Embora ainda surjam 4,4% de respostas nas classificações iguais ou inferiores a 6 pontos e, um visitante que optou por não responder.

Ante estes dados, apesar da «Hospitalidade» no atendimento poder ser considerada «Boa», em nossa opinião ainda deverá ser melhorada.

Quadro 95 - Grau de Satisfação do Visitante - Alojamento: Limpeza e Manutenção

Classificação (1 a 10 pontos)		N	%	% Válidas
Válidos	1	2	1,2%	1,2%
	2	0	0,0%	0,0%
	3	0	0,0%	0,0%
	4	1	0,6%	0,6%
	5	3	1,8%	1,8%
	6	4	2,4%	2,5%
	7	26	15,9%	16,0%
	8	45	27,4%	27,6%
	9	46	28,0%	28,2%
	10	36	22,0%	22,1%
	Total	163	99,4%	100,0%
Sem Resposta		1	0,6%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pelo Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

A «Limpeza e Manutenção» apresenta um quadro ligeiramente semelhante ao da «Hospitalidade», embora com dados relativamente mais baixos, em que a maior percentagem de respostas (77,4%) se encontra nas classificações superiores: 10, 9 e 8 pontos e uma Moda de 9 pontos. Embora ainda surjam 6% de respostas nas classificações iguais ou inferiores a 6 pontos e, um visitante que optou por não responder. Perante estes dados é igualmente uma das variáveis a melhorar no futuro.

Quadro 96 - Grau de Satisfação do Visitante - Alojamento: Equipamento e Decoração

Classificação (1 a 10 pontos)		N	%	% Válidas
Válidos	1	2	1,2%	1,2%
	2	0	0,0%	0,0%
	3	1	0,6%	0,6%
	4	3	1,8%	1,8%
	5	4	2,4%	2,4%
	6	9	5,5%	5,5%
	7	27	16,5%	16,5%
	8	48	29,3%	29,3%
	9	40	24,4%	24,4%
	10	30	18,3%	18,3%
	Total	164	100,0%	100,0%
Sem Resposta		0	0,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pelo Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

A variável «Equipamento e Decoração» apresenta algumas oscilações interessantes. A Moda situa-se nos 8 pontos (29,3%), seguida pelos 9 pontos (24,4%) e pelos 10 pontos, com apenas 18,3% das respostas. As respostas no conjunto das três classificações mais elevadas atingem 72% do total, enquanto as respostas nas classificações iguais ou inferiores a 6 pontos, representam 11,5% dos inquiridos. Mediante este cenário, é também uma das variáveis que necessita de alguma correcção no futuro.

Conforme poderemos constatar pela análise do quadro seguinte, no âmbito das refeições, apesar da Moda se situar nos 10 pontos, urge assinalar que o conjunto das três melhores classificações atingiu 25% do total de respostas e que 57,9% dos inquiridos optou por não conceder qualquer classificação a esta variável. Considerando o já explanado neste estudo e de acordo com a lei, as Casas de Campo não são obrigadas a servir refeições principais desde que existam restaurantes a menos de 5 km do estabelecimento, no entanto o pequeno-almoço é um serviço que deverá estar incluído no preço do alojamento. Ficou apurado que apenas cinco empreendimentos (31%),

cumpriam esse requisito legal (cf. Quadro 15). Por este motivo compreendemos que a maioria dos inquiridos não pudesse classificar algo a que não teve acesso, situação que deverá sofrer uma forte reestruturação no futuro.

Quadro 97 - Grau de Satisfação do Visitante - Alojamento: Alimentação

Classificação (1 a 10 pontos)		N	%	% Válidas
Válidos	1	10	6,1%	14,5%
	2	0	0,0%	0,0%
	3	1	0,6%	1,4%
	4	3	1,8%	4,3%
	5	2	1,2%	2,9%
	6	7	4,3%	10,1%
	7	5	3,0%	7,2%
	8	14	8,5%	20,3%
	9	8	4,9%	11,6%
	10	19	11,6%	27,5%
	Total	69	42,1%	100,0%
Sem Resposta		95	57,9%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pelo Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

De acordo com o quadro 98, na variável «Animação», a Moda refletiu a realidade, situou-se na classificação mais baixa: 1 (um) ponto. Esta variável apresenta um quadro ainda mais deficitário que o das «Refeições». Neste caso particular 71,3% dos inquiridos optou por não responder e o conjunto das três melhores classificações compreendeu apenas 9,8% das respostas. Estes resultados vêm confirmar os resultados das entrevistas efetuadas aos proprietários/representantes dos empreendimentos que em relação aos serviços de atividades complementares de animação disponibilizados pelas Casas de Campo, 14 empreendimentos (88%) confirmaram não brindar os seus hóspedes com qualquer tipo de animação, enquanto dois empreendimentos (12%) atestaram que os seus hóspedes eram convidados a participar nas lides agrícolas.

Quadro 98 - Grau de Satisfação do Visitante - Alojamento: Animação

Classificação (1 a 10 pontos)		N	%	% Válidas
Válidos	1	9	5,5%	19,1%
	2	6	3,7%	12,8%
	3	3	1,8%	6,4%
	4	0	0,0%	0,0%
	5	1	0,6%	2,1%
	6	4	2,4%	8,5%
	7	8	4,9%	17,0%
	8	6	3,7%	12,8%
	9	3	1,8%	6,4%
	10	7	4,3%	14,9%
	Total	47	28,7%	100,0%
Sem Resposta		117	71,3%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pelo Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

Em nossa opinião a vertente «Animação» ultrapassa as fronteiras dos contextos aceitáveis. Como nota Ferreira (2004): «A animação é fulcral para o desenvolvimento do turismo e das regiões, permite integrar e reter quem visita, pelo que, estudar os turistas e as opiniões dos que frequentam uma dada área é das missões primordiais dos destinos turísticos» (p. 485).

Pela análise do quadro 99, verifica-se que o «Contacto com os proprietários do alojamento» parece não ser o desejável pela maioria dos visitantes. A Moda das respostas situou-se nos 10 pontos, no entanto essa classificação foi atribuída por apenas 29,9 % dos visitantes. Por outro lado, o conjunto das três melhores classificações agregou 65, 2 % das respostas dos visitantes e as classificações iguais ou inferiores a 6 pontos, representaram 21,3% dos inquiridos. Mediante este cenário, julgamos que esta é também uma das variáveis que necessita de algum melhoramento no futuro, uma vez é deveras importante que «os agentes de turismo locais e regionais constituam uma oferta que corresponda às expectativas das várias procuras, cumprindo regras do bom

acolhimento turístico, de onde não se podem isentar os proprietários das casas rurais» (Ferreira, 2004: 485).

Quadro 99 - Grau de Satisfação do Visitante - Alojamento: Contacto com os Proprietários do Alojamento

Classificação (1 a 10 pontos)		N	%	% Válidas
Válidos	1	1	0,6%	0,6%
	2	3	1,8%	1,9%
	3	8	4,9%	4,9%
	4	7	4,3%	4,3%
	5	3	1,8%	1,9%
	6	13	7,9%	8,0%
	7	20	12,2%	12,3%
	8	23	14,0%	14,2%
	9	35	21,3%	21,6%
	10	49	29,9%	30,2%
	Total	162	98,8%	100,0%
Sem Resposta		2	1,2%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pelo Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

A questão da «Sustentabilidade/preocupação com o meio ambiente», conforme se poderá apurar pela análise do quadro seguinte, reflete a situação das Casas de Campo da amostra. Novamente, apesar da Moda das respostas se encontrar nos 10 pontos, com apenas 17,1% das respostas, o conjunto das três melhores classificações agregou apenas 48,9% das respostas. Neste caso, não podemos esquecer que 7,9% dos inquiridos optou por não responder e que as respostas nas classificações iguais ou inferiores a 6 pontos, representaram 28,6% dos inquiridos.

Quadro 100 - Grau de Satisfação do Visitante - Alojamento: Sustentabilidade / Preocupação com o Meio Ambiente

Classificação (1 a 10 pontos)	N	%	% Válidas	
Válidos	1	1	0,6%	0,7%
	2	2	1,2%	1,3%
	3	5	3,0%	3,3%
	4	8	4,9%	5,3%
	5	14	8,5%	9,3%
	6	17	10,4%	11,3%
	7	24	14,6%	15,9%
	8	26	15,9%	17,2%
	9	26	15,9%	17,2%
	10	28	17,1%	18,5%
Total	151	92,1%	100,0%	
Sem Resposta	13	7,9%		
Total	164	100,0%		

N= Frequência

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pelo Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

Os resultados demonstram que esta é uma das variáveis com fortes carências de aperfeiçoamento e que as Casas de Campo poderiam ter maiores benefícios se procurassem oferecer um turismo sustentável, «*while seeking long term profitability, should be concerned about their corporate image, the relationship with their staff, and their impact on the global environment and that immediately around them*» (WTO, 2007b: 12).

De acordo com o quadro 101, a «Relação qualidade/serviços/preços» analisada pelos visitantes reflete, em grande parte, a situação das variáveis que temos vindo a apresentar. Em primeiro lugar, 3% dos inquiridos optou por não responder, o que desde logo nos permite pensar que não conseguiram atribuir uma classificação a esta variável. Os motivos podem ter sido diversos, mas de acordo com o anteriormente exposto pensamos conseguir supor que na base desta atitude esteja uma total discordância na correspondência entre a qualidade dos serviços prestados e o preço solicitado. Em segundo lugar, apenas 12,2% dos inquiridos concedeu uma classificação na ordem dos 10 pontos e a Moda das respostas situou-se nos 8 pontos, com 25% das respostas, sendo

que o conjunto das três melhores classificações compreendeu 61,6% das respostas. Em terceiro lugar, as respostas nas classificações iguais ou inferiores a 6 pontos representam 12% dos inquiridos.

Quadro 101 - Grau de Satisfação do Visitante - Alojamento: Relação Qualidade / Serviços / Preços

Classificação (1 a 10 pontos)		N	%	% Válidas
Válidos	1	2	1,2%	1,3%
	2	0	0,0%	0,0%
	3	4	2,4%	2,5%
	4	6	3,7%	3,8%
	5	6	3,7%	3,8%
	6	18	11,0%	11,3%
	7	22	13,4%	13,8%
	8	41	25,0%	25,8%
	9	40	24,4%	25,2%
	10	20	12,2%	12,6%
	Total	159	97,0%	100,0%
Sem Resposta		5	3,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pelo Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

Estes resultados são, sem sombra de dúvidas, mais uma achega para a urgência no aperfeiçoamento da qualidade nas Casas de Campo na ilha da Madeira.

Contrariamente ao que um dos proprietários nos respondeu, aquando das entrevistas, afirmando que os seus hóspedes quando procuravam uma casa de campo, desejam sentir-se num «*ambiente puro, propício à meditação*» e não desejavam ser incomodados, pelo que não necessitavam de acesso à Internet, os resultados dos inquéritos aos visitantes apontam para uma realidade divergente.

Quadro 102 - Grau de Satisfação do Visitante - Alojamento: Acesso a Novas Tecnologias

Classificação (1 a 10 pontos)		N	%	% Válidas
Válidos	1	6	3,7%	4,2%
	2	5	3,0%	3,5%
	3	8	4,9%	5,6%
	4	11	6,7%	7,7%
	5	9	5,5%	6,3%
	6	18	11,0%	12,7%
	7	21	12,8%	14,8%
	8	31	18,9%	21,8%
	9	22	13,4%	15,5%
	10	11	6,7%	7,7%
	Total	142	86,6%	100,0%
Sem Resposta		22	13,4%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pela Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

A moda das respostas, na ordem dos 8 pontos, à semelhança das situações anteriores não nos oferece uma ideia clara sobre os resultados desta variável.

Em primeiro lugar, 13,4% dos inquiridos optou por não responder à questão. Em segundo lugar, unicamente 6,7% dos visitantes concederam pontuação máxima (10 Pontos). Em terceiro lugar, as respostas nas classificações iguais ou inferiores a 6 pontos representam 35,8% dos inquiridos, enquanto o conjunto das três melhores classificações compreendeu 39% das respostas.

Julgamos ter demonstrado que este é mais um dos aspetos que, no futuro, não deve ser descurado pelas Casas de Campo na Madeira.

Segundo o anteriormente ilustrado no capítulo II do presente estudo, a «Informação sobre a localidade» disponibilizada pelas Casas de Campo na ilha da Madeira para além de ser escassa e pouco detalhada, não vai de encontro aos requisitos legais.

Quadro 103 - Grau de Satisfação do Visitante - Alojamento: Informação sobre a Localidade

Classificação (1 a 10 pontos)		N	%	% Válidas
Válidos	1	4	2,4%	2,7%
	2	6	3,7%	4,1%
	3	7	4,3%	4,8%
	4	6	3,7%	4,1%
	5	12	7,3%	8,2%
	6	17	10,4%	11,6%
	7	21	12,8%	14,3%
	8	33	20,1%	22,4%
	9	25	15,2%	17,0%
	10	16	9,8%	10,9%
	Total	147	89,6%	100,0%
Sem Resposta		17	10,4%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pela Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

Esta realidade encontra-se perfeitamente espelhada nos resultados dos inquéritos lançados aos visitantes. Analisando o quadro anterior, apesar da Moda das respostas se encontrar nos 8 pontos, verificamos que 10,4% dos inquiridos optou por não responder à questão; apenas 9,8% concedeu pontuação máxima (10 pontos) e as respostas nas classificações iguais ou inferiores a 6 pontos, representaram 31,8% dos inquiridos, enquanto o conjunto das três melhores classificações abrangeu apenas 45,1% das respostas.

A completar este quadro relembramos que a segunda maior ocorrência nas sugestões dos visitantes recaiu na informação disponibilizada pela unidade turística sobre a localidade ou região (15 referências num total de 53 respostas). Segundo Ferreira «*as insuficiências situam-se ao nível do acolhimento e acompanhamento dos turistas e, mais ainda, no facto de negligenciarem um aspecto fundamental para a dinamização da actividade e para o desempenho da região onde se inscrevem, que é o da informação sobre a oferta das áreas envolventes das casas. Atitude essencial para o desenvolvimento económico destes espaços de turismo*» (2004: 485).

Para que se torne mais visível, ao leitor, o encadeamento das 11 variáveis anteriormente tratadas e quais as que denotam maiores carências na esfera de um melhoramento futuro, elaborámos um quadro resumo, tendo por base a percentagem de resposta ao conjunto das três classificações mais elevadas (10, 9 e 8 pontos) obtidas em cada uma variáveis, a média das classificações obtidas (cf. Quadro 25) e a percentagem de visitantes que optou por não responder:

Quadro 104 – Áreas a Melhorar - Prioridades

	% (Conjunto das Classificações 10, 9 e 8 Pontos)	Média das Classificações Obtidas	% (Sem resposta)
Animação	9,8	5,5	71
Alimentação	25,0	7,0	57
Acesso a Novas Tecnologias	39,0	6,6	13,4
Informação sobre a Localidade	45,1	6,9	10,4
Sustentabilidade/Relação com o Meio Ambiente	48,9	7,4	7,9
Atendimento Pessoal -Profissionalismo	57,4	7,7	1,2
Relação Qualidade/Serviços/Preços	61,6	7,7	3
Contacto com os Proprietários	65,2	7,9	1,2
Equipamentos e Decoração	72,0	8,1	0
Limpeza e Manutenção	77,4	8,4	0,6
Atendimento Pessoal - Hospitalidade	82,9	8,7	0,6

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pelo Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

Segundo o quadro anterior, o qual se encontra ordenado por ordem crescente da percentagem de resposta ao conjunto das três classificações mais altas, constata-se que as variáveis mantêm a mesma posição, quando comparadas com a média das classificações obtidas (cf. Quadro 25), à exceção de uma única variável, a Alimentação. Esta discrepância encontra-se justificada pela percentagem (57%) de visitantes que optou por não classificar um serviço inexistente em algumas casas, conforme já referimos aquando da análise do quadro 95.

Pelo exposto, definimos como critério para o apuramento dos dados com superior precisão, no plano do estabelecimento de prioridades, a percentagem de respostas ao conjunto das três classificações mais elevadas (10, 9 e 8 pontos) e, de acordo com a opinião dos visitantes, os campos que avaliámos como Alta Prioridade no plano de melhoria futura são essencialmente, e por ordem decrescente de importância, a

«Animação», a «Alimentação», o «Acesso a Novas Tecnologias», a «Informação sobre a Localidade», a «Sustentabilidade/ Relação com o Meio Ambiente» e o «Atendimento Pessoal – Profissionalismo».

Nos de Média Prioridade, descobrem-se a «Relação Qualidade/Serviços/Preços» e o «Contacto com os Proprietários».

Nos de Baixa Prioridade, surgem os «Equipamentos e Decoração», a «Limpeza e Manutenção» e o «Atendimento Pessoal-Hospitalidade».

Por forma a concluir a representação do pano de fundo das Casas de Campo na ilha da Madeira, gostaríamos de recordar ao leitor que 21,3% dos inquiridos não reteve uma imagem favorável da unidade turística, pelo que nem ponderou «recomendar» o empreendimento a ninguém (cf. Quadro 26), o que encaramos como um valor relativamente elevado e pouco benéfico para algumas unidades turísticas, uma vez que na atualidade temos pleno conhecimento de que os turistas *«are seeking a high quality experience in safe and attractive environments, in which they can appreciate different cultures or simply enjoy different climates. Tourists are becoming more aware of the impacts of their travelling, while not willing to renounce to it, but rather becoming more selective about their choice of destinations»* (WTO, 2007b: 12).

Para marcar uma posição distintiva num mercado extremamente competitivo, as Casas de Campo na ilha da Madeira deverão oferecer ao visitante um serviço pautado pela competência, pela eficiência, pela inovação e pelo dinamismo, isto é, *«they should innovate in terms of products and their marketing in order to achieve a possibly unique profile, based on their own recourses and strengths»* (Hummelbrunner, 1993: 131), em suma um serviço de qualidade, elemento primordial em qualquer estratégia de competitividade e sustentabilidade. Segundo Francesco Frangialli, a política turística de uma região deve refletir *«the twin and related needs of competitiveness and sustainability»* (WTO, 2007b: 2).

Procurámos evidenciar alguns dos elementos centrais da situação atual das Casas de Campo na ilha da Madeira. Mas o empenho e boa vontade dos proprietários poderão não ser suficientes, no entanto o reconhecimento da qualidade do empreendimento através uma certificação de qualidade poderá ajudar as Casas de Campo da Madeira a fornecer uma experiência de turismo rural de qualidade aos seus visitantes.

Por pensarmos que esta situação tem implicações futuras na captação de um maior número de visitantes, que parte da solução passa pela implementação de uma conduta de Boas Práticas preconizada pelas Casas de Campo e que recentemente foi publicada a

Norma Portuguesa «*Turismo de habitação e turismo no espaço rural - Requisitos da prestação do serviço e características*» (IPQ, 2010¹⁷²), um dos objetivos da presente investigação foi apresentar um Guia de Boas Práticas para as Casas de Campo na ilha da Madeira. Com este guia, pretendemos ir além da vertente académica do presente estudo e oferecer às Casas de Campo na ilha da Madeira um conjunto de orientações que contribuam para que estes empreendimentos possam lutar eficazmente, marcando a sua própria rota na senda do desenvolvimento rural sustentável. Segundo Eunice Fernandes e João Guerra, «*verifica-se que se faz necessário uma maior produção académica sobre o assunto, pois o mesmo é de extrema importância para o turismo, dado os benefícios que a implantação de sistemas de gestão de qualidade pode trazer para empresas e cidades turísticas*» (2008: 49).

Consultámos bibliografia sobre Hotelaria (Marques, 2006 e 2007), assim como alguns manuais de boas práticas na Hotelaria, um do Turismo de Portugal, I.P. e outro da *United Nations Environment Programme* (UNEP¹⁷³), com o intuito de verificar se existiria um modelo a seguir na elaboração de um guia de boas práticas. Perante a inexistência de um modelo aceite internacionalmente, optámos por escolher o modelo da Norma Portuguesa para o «*Turismo de Habitação e Turismo no Espaço Rural*» (IPQ, 2010), introduzindo algumas alterações. A metodologia empregue, apresentada no quadro da página seguinte, emergiu da análise desenvolvida, tendo em consideração o estudo que efetuámos sobre as Casas de Campo na ilha da Madeira e o conteúdo da legislação aplicável a este tipo de empreendimento turístico.

¹⁷² IPQ (2010). NP 4494: 2010 - Norma Portuguesa, Turismo de Habitação e Turismo no Espaço Rural, Requisitos da Prestação do Serviço e Características. Lisboa, Instituto Português da Qualidade.

¹⁷³ UNEP (2003). Um Guia Prático para Boas Práticas Gerenciando Questões Ambientais e Sociais no Setor da Hospedagem. [Em linha]. [Consult. 22-VIII-2013]. Disponível em [www: <URL: http://www.toinitiative.org>](http://www.toinitiative.org).

Quadro 105 – Resumo do Modelo Adotado para o Guia de Boas Práticas das Casas de Campo na Ilha da Madeira

Modelo Adotado para o Guia de Boas Práticas		
Acolhimento	Anfitriões	Recomendação aos Anfitriões
	Informação	Padrões Mínimos de Informação
		Tópicos de Informação Documentada da Casa
		Tópicos de Informação Documentada sobre a Zona Envolvente/Região
	Reservas	Responsabilidades do Proprietário na Gestão das Reservas
	Atendimento (Entradas e Saídas)	A Casa
		O Atendimento na Entrada dos Hóspedes
		O Atendimento na Saída dos Hóspedes
		Situações Imprevistas – Entrada dos Hóspedes
		Situações Imprevistas – Permanência na Casa
		Situações Imprevistas – Saída dos Hóspedes
	Refeições	Recomendações ao Proprietário
		Requisitos dos Pequenos-almoços
		Requisitos da Sala de Refeições
Animação	A Animação da Casa	
	A Animação Através de Empresas Externas	
Infraestruturas, Equipamentos e outros	Infraestruturas e Equipamentos	
	Mobiliário e Decoração	
	Unidades de Alojamento	
	Instalações Sanitárias	
	Piscinas	
Limpeza e Manutenção	Requisitos de Limpeza	
	Requisitos de Manutenção	
Ambiente Interno e Externo	Recomendações Ambientais	
	Recomendações Relativas à Segurança	
	Recomendações Relativas à Envolvente	
Gestão do Empreendimento	Recomendações na Área da Gestão do Empreendimento	

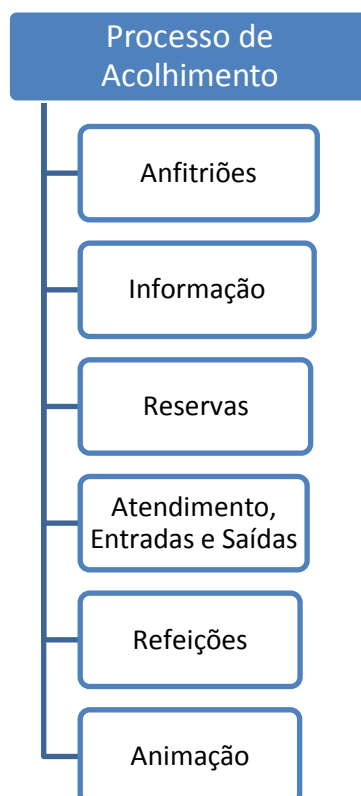
Fonte: Elaboração Própria: Adaptação do Modelo seguido na Norma Portuguesa para o «Turismo de Habitação e Turismo no Espaço Rural» (IPQ, 2010).

5.2 ACOLHIMENTO

O acolhimento encerra todo o tipo de serviços prestados aos hóspedes definidos por lei ou por solicitação destes e os procedimentos necessários para a respetiva efetivação. O acolhimento tem início com o primeiro contacto efetuado com a «Casa de Campo» pelos prováveis hóspedes, prolonga-se durante a estada dos hóspedes e eventualmente em contactos posteriores à saída destes, pelo que *«proporcionar aos visitantes um acolhimento amigável, garantindo-lhes que recebem todas as informações necessárias onde e quando o desejarem, é essencial para a qualidade da experiência. Uma informação eficiente pode também encorajar novas visitas e ajudar a gerir o fluxo de visitantes»* (Comissão Europeia, 2000: 10).

O processo de acolhimento encerra determinados requisitos, os quais se aplicam a diferentes intervenientes ou atividades, de acordo com a figura seguinte.

Figura 62 – Intervenientes e Atividades no Processo de Acolhimento



Fonte: Elaboração Própria a partir de dados fornecidos pela NP 4494 (IPQ, 2010).

5.2.1 ANFITRIÕES

Considera-se «anfitrião», o proprietário da «Casa de Campo» ou o seu representante, o qual será o responsável pelo processo total de acolhimento dos hóspedes.

Os anfitriões e em especial, os proprietários das Casas de Campo, desempenham um papel relevante na cultura da empresa. Esta é desenvolvida através do contacto diário entre as pessoas. Os valores, as atitudes, os princípios, os conhecimentos espelhados pelo proprietário são assimilados pelos seus colaboradores:

«Incentivar as tropas sempre foi um bom método para os grandes generais [...]. É bom que o director lhes venda a ideia de que os empregados da linha da frente podem ser uma grande influência na imagem e na rentabilidade de qualquer unidade. [...] Uma das maiores tarefas da equipa de gestão, supervisores e recursos humanos deve ser a de incutir no pessoal o sentimento de orgulho e satisfação pela empresa onde trabalham. As gerências [...] têm um grande papel na cultura de qualquer empresa, pois se é certo que as directrizes de funcionamento vêm da direcção, a cultura é desenvolvida no convívio do dia-a-dia entre pessoas».

(Marques, 2007: 71-73)

Para a criação de uma boa cultura de empresa nas Casas de Campo, que potencie um acolhimento ideal aos hóspedes, os anfitriões deverão seguir determinados parâmetros, de acordo com as seguintes recomendações.

RECOMENDAÇÕES

Aos Anfitriões:

- Agir com cordialidade, educação e empatia (IPQ, 2010: ponto 5.1.2);
- Ter conhecimento de uma língua estrangeira, no mínimo, com preferência para a língua inglesa (IPQ, 2010: ponto 5.1.3);
- Apresentar-se com vestuário adequado à função e observar os princípios de higiene pessoal (IPQ, 2010: ponto 5.1.4);
- Estar presente nos atos de entrada e saída dos hóspedes e durante o processo de atendimento (IPQ, 2010: pontos 5.4.1 e 5.4.4);

- Prestar as informações básicas e as que lhes forem solicitadas (Outras Fontes)¹⁷⁴;
- Atender as reclamações e sugestões dos hóspedes (Outras Fontes);
- Estar disponível e prestar um apoio diário aos hóspedes (Outras Fontes).

¹⁷⁴ Nas diferentes recomendações que se sucedem ao longo deste capítulo de boas práticas, sempre que se assinala «Outras Fontes», referimo-nos a propostas da autora com base na sua experiência profissional, no cenário encontrado aquando das visitas aos empreendimentos e entrevistas aos proprietários/representantes (2012) e nos resultados do Inquérito por Questionário ao Visitante das «Casas de Campo» (2012).

5.2.2 INFORMAÇÃO

A informação prestada a um hóspede, desde o primeiro contacto com a «Casa de Campo» até ao seu regresso ao local de residência habitual, possui um papel relevante no êxito do empreendimento turístico. Um outro aspeto fundamental é «*assegurar que o material informativo impresso sobre o local seja corretamente distribuído onde os visitantes dele necessitem e que o mesmo seja claro, preciso e completo*» (Comissão Europeia, 2000: 11).

Considerando que a maioria dos visitantes utiliza a Internet como meio de recolha preferencial de informação e reserva de alojamento, todas as Casas de Campo deveriam criar o seu *site*/página na Internet/rede social, alimentando-o continuamente com informação relevante e atualizada.

O tipo de informação, a sua seleção e forma de divulgação deverá ser da responsabilidade do proprietário da Casa, o qual deverá ter sempre presente que «*uma informação de qualidade se repercute numa tomada de decisão eficiente, com o que a produtividade do negócio (empresa) aumenta*» (Quintero, Varela e Rodrigues, 2008: 181).

RECOMENDAÇÕES

Padrões Mínimos de Informação:

- Criação de um *site* próprio/página na Internet/rede social, do empreendimento, com informação atualizada e «*Guest Book*»/Comentários dos Visitantes, desprovido de censura (Outras Fontes);
- A informação difundida nos sítios, folhetos, brochuras, guias, tabelas de preços e em outros documentos da mesma natureza deverá estar atualizada e refletir plenamente as características e os serviços disponibilizados pela Casa (IPQ, 2010: ponto 5.2.1);
- A informação relativa às promoções e/ou preços de serviços complementares deverá ser publicitada nos meios de divulgação definidos pelo proprietário da Casa (IPQ, 2010: ponto 5.2.2);
- Aos anfitriões cabe a iniciativa de prestar informações aos hóspedes, nos momentos que considerarem mais adequados (Outras Fontes);

- Os pedidos de informação dos hóspedes deverão ser identificados corretamente e respondidos de forma rápida e clara (Outras Fontes);
- Antecipar as necessidades de informação dos hóspedes, garantindo o fácil acesso à informação que possa ser solicitada (Outras Fontes);
- Quando a informação solicitada não esteja disponível, expor a situação ao hóspede, disponibilizar-se para obtê-la, concedendo-a o mais breve possível. Na impossibilidade da segunda hipótese, indicar ao hóspede o modo de consegui-la (Outras Fontes);
- Alertar os hóspedes para os eventuais perigos que possam existir na zona envolvente, sobretudo quando acompanhados por crianças (IPQ, 2010: ponto 5.2.4);
- Dotar a Casa com um conjunto de informações documentadas em Português e em Inglês sobre os serviços disponibilizados aos hóspedes pela Casa e sobre a zona envolvente/região (incluindo qualquer localidade num raio de 25 Km), (IPQ, 2010: ponto 5.2.3).

Tópicos de Informação Documentada sobre a Casa:

- Descrição da Casa (IPQ, 2010: ponto 5.2.3);
- Localização, transportes e acesso à Casa (IPQ, 2010: ponto 5.2.3);
- Condições gerais da estada e normas de utilização do empreendimento (IPQ, 2010: ponto 5.2.3);
- Serviços prestados pela Casa (IPQ, 2010: ponto 5.2.3);
- Horários de disponibilização e regras de utilização de equipamentos (Portaria nº 937/2008: art.º 17, alínea a));
- Produtos comercializados, preço e origem (Portaria nº 937/2008: art.º 17, alínea c);
- Preços praticados na aquisição de produtos, bens e serviços comercializados, para além dos que estão incluídos no alojamento (IPQ, 2010: ponto 5.2.3);
- Áreas de acesso reservado (Portaria nº 937/2008: art.º 17, alínea b);
- Equipamento para a prática de desportos ou de outras atividades de animação turística e regras para a sua utilização (IPQ, 2010: ponto 6.2.8);
- Segurança, saúde e ambiente da Casa (IPQ, 2010: ponto 5.2.3).

Tópicos de Informação Documentada sobre a Zona Envolvente/Região:

- Património da região onde a Casa está localizada:
 - Turístico, Natural, Histórico, Etnográfico, Cultural, Gastronómico e Paisagístico (Portaria nº 937/2008: art.º 17, alínea e); IPQ, 2010: ponto 5.2.3);
- Horário de funcionamento dos recursos turísticos (IPQ, 2010: ponto 5.2.3);
- Listagem de atividades e de empresas de animação, de origem local, nas áreas do lazer, recreio e desporto (IPQ, 2010: ponto 5.2.3);
- Localização das farmácias e dos serviços médicos mais próximos (IPQ, 2010: ponto 5.2.3);
- Meios de transporte público que sirvam o empreendimento e vias de acesso aos mesmos (Portaria nº 937/2008: art.º 17, alínea g); IPQ, 2010: ponto 5.2.3);
- Calendário de festivais e eventos (Portaria nº 937/2008: art.º 17, alínea e); IPQ, 2010: ponto 5.2.3);
- Localização de serviços de restauração (IPQ, 2010: ponto 5.2.3);
- Localização e horário de funcionamento dos postos de informação turística (IPQ, 2010: ponto 5.2.3).

5.2.3 RESERVAS

As reservas de alojamento da Casa constituem uma etapa determinante na captação do potencial hóspede. A forma como as reservas são recebidas e processadas está profundamente ligada à imagem da Casa:

«O responsável pelo sector de reservas trabalha com certa autonomia; deve, por isso, ser bastante disciplinado, cumprindo com prazer e satisfação as suas tarefas, sobretudo as rotinas de atendimento, a imagem do hotel está ligada à forma como as suas reservas são recebidas e processadas; alguns cuidados são necessários para evitar problemas no check-in».

(Marques, 2007: 285)

A gestão das reservas deverá ser da responsabilidade do proprietário da Casa ou de um seu representante que possua conhecimentos técnicos para esse fim.

O proprietário deverá garantir a organização e monitorização das reservas perante qualquer das diferentes situações: reserva antecipada, *walk in*, cancelamentos, prolongamento de estadias, saídas antecipadas/imprevistas, *no show*.

RECOMENDAÇÕES

Responsabilidades do Proprietário na Gestão das Reservas:

- Registo de todas as reservas, entradas e saídas de hóspedes (IPQ, 2010: ponto 5.3.1);
- Assegurar a compatibilidade entre as reservas diretas e as provenientes de outros sistemas de reservas (Gestão de *Allotments*) a que a Casa esteja associada (IPQ, 2010: ponto 5.3.2);
- Garantir que as reservas confirmadas se enquadram na capacidade de alojamento da Casa (IPQ, 2010: ponto 5.3.3);
- Assegurar que as respostas aos pedidos de reserva sejam concedidas de imediato ou num período máximo de quatro horas após o pedido (Outras Fontes);
- Garantir a conformidade entre os preços públicos praticados pela Casa e pelos sistemas de reservas a que esteja associado (IPQ, 2010: ponto 5.3.4);
- Mediante uma alteração de carácter pontual que condicione o regular funcionamento da Casa ou a envolvente externa à Casa, a qual possa modificar

qualquer das suas características, a mesma deverá ser comunicada ao hóspede aquando do pedido de reserva (IPQ, 2010: ponto 5.3.5);

- Assegurar a confirmação de todos os movimentos associados ao processo de reservas (IPQ, 2010: ponto 5.3.6);
- Sempre que existam animais domésticos na casa, informar os hóspedes no ato de confirmação da reserva (IPQ, 2010: ponto 5.3.7);
- Mediante a ocorrência de obras ou trabalhos agrícolas que possam perturbar o hóspede, este deverá ser informado atempadamente (IPQ, 2010: ponto 5.3.8);
- Informar os hóspedes dos horários de *check in* e *check out* (Outras Fontes);
- Sempre que não seja possível confirmar o pedido de reserva no período ou condições solicitadas, oferecer uma alternativa viável ao hóspede (Outras Fontes);
- Em caso de *overbooking* oferecer uma alternativa numa outra Casa que detenha condições idênticas ou superiores e suportar os respetivos encargos (Outras Fontes).

5.2.4 ATENDIMENTO, ENTRADAS E SAÍDAS

A entrada e a saída da Casa são duas ocasiões em que para além de estarem presentes, os anfitriões deverão estar disponíveis durante todo o processo de atendimento aos hóspedes. O atendimento aos hóspedes é um período de grande responsabilidade pelo que só deve ser desempenhado por profissionais devidamente qualificados:

«[...] devem estar preparados para fornecer aos hóspedes o maior número possível de informações sobre o hotel e a cidade. Devem fazer isto com simpatia e boa vontade, evitando dizer “não sei”, por desconhecimento ou comodidade. Devem também evitar dar informações erradas ao cliente. Sempre que verifiquem que as informações estão fora do seu alcance, devem acompanhar o cliente à pessoa ou sector próprio para que a informação seja fornecida».

(Marques, 2007: 312-313)

A Casa deverá dispor de requisitos específicos que promovam o sucesso no atendimento, quer na entrada, quer na saída dos hóspedes.

Considerando a localização da maioria das Casas de Campo na ilha da Madeira, em estradas secundárias e por vezes de difícil acesso, a sinalização de acesso ao empreendimento é fundamental uma vez que a maioria destes visitantes efetua a sua reserva através da Internet e não solicita *transfer* de chegada, preferindo alugar um veículo e realizar o percurso por conta própria. Se o acesso não estiver devidamente sinalizado e o hóspede sentir dificuldades em encontrar a Casa, a primeira imagem desta começará a desenhar-se dentro de um cenário desfavorável.

Por outro lado, o primeiro ponto de contacto físico entre o hóspede e a Casa, a área de receção e o atendimento que lhe for concedido irá gerar-lhe uma reação favorável ou desfavorável e um julgamento que irá influenciar profundamente a sua estada na Casa. É nesta fase que o hóspede confronta as suas expectativas sobre a Casa de Campo e a realidade que lhe é oferecida. Ao desiludi-lo, a Casa estará a criar um hóspede difícil.

«Um dos momentos críticos da estadia de qualquer cliente é o do check-in. Ele vai fazer a avaliação do hotel que escolheu pela qualidade do atendimento que receber nesse momento e o seu comportamento durante a estadia vai depender desse atendimento [...]. O serviço deve ser rápido e sem formalidades desnecessárias. O cliente deve ser rapidamente acompanhado ao quarto que lhe foi destinado, sem ter que esperar muito tempo pela bagagem [...]. Deve ser-lhe

desejada uma boa estadia no hotel e deve ser informado de que a recepção estará ao seu dispor, para ajudar em alguma dificuldade que encontrar».

(Marques, 2007: 561)

Pelos motivos expostos, podemos afirmar que o atendimento desempenha um papel primordial na gestão da Casa, em particular na entrada do hóspede, pelo que lhe deve ser concedido o grau de importância que detém em todo o processo de acolhimento.

Na perspetiva de melhorar estes serviços, apresentámos seguidamente algumas recomendações que optámos por subdividir em quatro pontos fundamentais:

- A Casa;
- O atendimento na entrada dos hóspedes;
- O atendimento na saída dos hóspedes;
- As situações imprevistas (na entrada, na permanência e na saída dos hóspedes).

RECOMENDAÇÕES

A Casa:

- Possuir uma placa identificadora da Casa em local visível com o logotipo da Casa e símbolo TER correspondente (IPQ, 2010: ponto 5.4.2);
- O acesso à Casa, sendo da responsabilidade desta, deverá estar devidamente sinalizado e em bom estado de conservação (IPQ, 2010: ponto 5.4.3);
- Sempre que as placas sinalizadoras não possam ser colocadas, por razões administrativas, deverá ser disponibilizado ao hóspede no ato de confirmação da reserva e sempre que solicitado, um croqui ou outro material, com todas as informações necessárias e suficientes para que os hóspedes encontrem facilmente a Casa (IPQ, 2010: ponto 5.4.3);
- Dispor de uma área de receção e atendimento a hóspedes, perfeitamente definida, destinada a receber ou a despedir-se dos hóspedes e onde possam ser concedidas as informações relativas ao funcionamento da Casa (IPQ, 2010: ponto 5.4.6);
- Quando os anfitriões não possam disponibilizar no edifício da Casa um espaço destinado à receção e atendimento a hóspedes, deverão dispor de um escritório

de atendimento situado na freguesia onde a Casa esteja situada, destinado a prestar todos os serviços de entrada, saída e atendimento aos hóspedes (Portaria nº 937/2008: art.º 13, ponto 2);

- A área de receção e atendimento aos hóspedes na Casa ou o escritório de atendimento aos hóspedes situado na freguesia, deverá dispor de documentação e informação necessária para prestar os seguintes serviços:
 - Registo das entradas e saídas dos hóspedes;
 - Serviço de reservas de alojamento;
 - Receção, guarda e entrega aos hóspedes das mensagens, correspondência e demais objetos que lhe sejam destinados;
 - Prestação de informação ao público sobre os serviços disponibilizados;
 - Livro de reclamações;
 - Livro de Sugestões;
 - Livro ou outro documento destinado à avaliação da satisfação do hóspede (Portaria nº 937/2008: art.º 13, ponto 1).

O Atendimento na Entrada de Hóspedes:

- Preparar com antecedência a entrada do hóspede na Casa, sempre que exista uma reserva prévia:
 - No final de cada dia, preparar a lista de chegadas do dia seguinte;
 - Verificar a reserva e a hora de chegada do hóspede;
 - Preparar a chave e toda a documentação necessária;
 - Verificar se o quarto está em condições (Outras Fontes);
- Controlar o *No Show* e o *Overbooking*. Próximo da data de chegada do hóspede, a Casa deve verificar a situação das reservas registadas e sempre que alguma delas ainda necessite de algum tipo de reconfirmação, contactar o hóspede, minimizando assim futuros problemas de *No Show* e/ou *Overbooking* (Marques, 2007: 584-586);
- Quando o hóspede não possua reserva prévia, após a verificação da disponibilidade de alojamento a Casa deverá aceitar ou recusar a reserva. Ao aceitar a reserva, os procedimentos referidos no ponto anterior deverão ser realizados no momento (Marques, 2007: 562-563);

- Quando não exista um horário definido e estabelecido para a receção de hóspedes, o anfitrião deverá combinar a hora de chegada com estes (IPQ, 2010: ponto 5.4.9);
- O proprietário da Casa deverá estar presente para acolher os hóspedes, apresentar-se e desejar-lhes as boas vindas (IPQ, 2010: ponto 5.4.4);
- Solicitar um documento de identificação ao hóspede (Outras Fontes);
- Solicitar o comprovativo de reserva e verificar se os dados da reserva efetuada previamente coincidem (Outras Fontes);
- Efetuar o registo de entrada do hóspede, através do preenchimento da ficha individual de cliente e dos registos oficiais que deverão ser guardados por um período mínimo de 3 anos (IPQ, 2010: ponto 5.4.7);
- Reconfirmar a forma de pagamento e agir em conformidade (Outras Fontes);
- Informar o hóspede sobre o funcionamento da Casa, serviços complementares, preços, acesso aos meios de comunicação (telefone, fax, ligação à Internet, etc.) e hora de *check-out* no dia de saída (IPQ, 2010: ponto 5.4.8);
- Informar o horário e local do pequeno-almoço (IPQ, 2010: ponto 5.4.8);
- Informar o hóspede sobre a existência do *dossier* de informação documentada da Casa e como poderá consultá-lo (IPQ, 2010: ponto 5.4.8);
- Informar o hóspede sobre a existência do livro de reclamações e da sua localização (IPQ, 2010: ponto 5.4.11);
- Quando exista horário de fecho das portas exteriores da Casa, comunicá-lo ao hóspede, assim como as condições de acesso fora desse horário (IPQ, 2010: ponto 5.4.10);
- Combinar com o hóspede o melhor horário para uma reunião de informação, na qual serão disponibilizadas informações mais detalhadas sobre a região e os seus recursos turísticos, assim como qualquer outro esclarecimento que este necessite (Outras Fontes);
- Indicar ao hóspede o acesso ao quarto, acompanhando-o e disponibilizando o transporte das suas bagagens até o quarto quando o hóspede assim o deseje (IPQ, 2010: ponto 5.4.4);
- Na chegada ao quarto, deverão ser explicados alguns pormenores, nomeadamente como funcionam os equipamentos, entre eles, televisor, ar condicionado, janelas, cortinados, etc. (IPQ, 2010: ponto 5.4.8);

- Certificar-se que o hóspede ficou esclarecido, expressar os votos de uma boa estadia, despedir-se e disponibilizar-se para qualquer apoio ou esclarecimento suplementar (Marques, 2007: 561);
- Disponibilizar no quarto ou num espaço adequado, uma bebida de boas vindas, acompanhada preferencialmente por iguarias locais (IPQ, 2010: ponto 5.4.5);
- Oferecer ao hóspede um ambiente familiar, no qual se privilegie a privacidade ao longo de toda a estadia (IPQ, 2010: ponto 1).

O Atendimento na Saída de Hóspedes:

- Preparar com antecedência a saída do hóspede na Casa:
 - Verificar se existem despesas e se as mesmas estão corretamente debitadas;
 - Reconfirmar a hora de saída do hóspede e do pequeno-almoço;
 - Reconfirmar se o hóspede deseja transporte de bagagens desde o quarto e qual o horário (Marques, 2006: 172);
- No ato da saída do hóspede, após saudá-lo (deve existir contacto visual), o colaborador deverá inquirir o hóspede sobre a impressão geral da sua estadia e solicitar-lhe que responda a um Questionário de Avaliação de Satisfação (IPQ, 2010: ponto 5.7.4);
- Responder com amabilidade aos comentários e reclamações e anotá-los para análise posterior (Outras Fontes);
- Se aplicável, informar o hóspede sobre o montante da fatura, prestar os esclarecimentos necessários e perguntar em que nome (e outros dados) deverá ser emitida a fatura (IPQ, 2010: ponto 5.7.3);
- A fatura deverá conter as rubricas relativas a serviços complementares devidamente discriminadas (IPQ, 2010: ponto 5.7.3);
- Receber a chave do quarto do hóspede (Outras Fontes);
- Se aplicável, proceder ao pagamento da fatura dentro das regras da Casa e desejo do hóspede, entregando os originais dos comprovativos ao hóspede (Marques, 2007: 562);
- Efetuar o registo de saída do hóspede (Outras Fontes);

- Desejar uma boa viagem ao hóspede expressando o prazer de revê-lo em breve (Marques, 2007: 562);
- O processo de "*check-out*" deve desenrolar-se dentro de um período máximo de cinco a sete minutos (Marques, 2007: 562);
- O proprietário da Casa deverá estar presente no ato de saída dos hóspedes, desejar-lhes uma boa viagem e manifestar interesse em acolhê-los novamente (IPQ, 2010: ponto 5.7.1).

Por vezes, situações imprevistas acontecem. Qualquer delas deverá ser tratada com muita diplomacia e acompanhada pelo proprietário da Casa que deverá tomar as medidas necessárias para solucioná-la.

As situações imprevistas podem acontecer desde o primeiro contacto do potencial hóspede com a Casa até um momento posterior ao regresso à sua residência habitual. No entanto, neste guia serão tratadas apenas as mais frequentes, em três momentos essenciais: na entrada e na saída do hóspede, assim como durante a sua permanência na Casa.

Situações Imprevistas - Entrada dos Hóspedes:

- Se o hóspede não comparecer no dia e/ou hora previstos para entrada, a Casa deverá tentar descobrir o motivo e tomar as atitudes mais convenientes, em conformidade com a situação, atraso ou *no show* (Marques, 2007: 584-585);
- Sendo um caso de atraso, a Casa deverá preparar-se para receber o hóspede no novo horário, oferecendo-lhe um atendimento normal de entrada na Casa (Marques, 2007: 584-585);
- O proprietário da Casa deverá prever e solucionar com antecedência qualquer situação de *overbooking*. Perante a ocorrência deverá informar o hóspede da situação, pedir-lhe desculpa pelo sucedido e oferecer-lhe um alojamento equivalente na mesma zona, suportando todos os custos acrescidos. Evitar ao máximo que a situação só seja detetada na entrada do hóspede. Quando detetado unicamente na entrada do hóspede, o anfitrião deverá tratar do transporte para a outra Casa e suportar os respetivos encargos (Outras Fontes);
- Sempre que o hóspede não possua reserva prévia e se verifique a possibilidade de alojamento para o próprio dia, indicar-lhe o horário em que o quarto estará

preparado e oferecer-lhe um local confortável para aguardar ou sugerir-lhe uma visita à região. Neste caso disponibilizar a guarda das bagagens (Outras Fontes);

- Perante uma reserva não registada, o anfitrião deve agir com calma e profissionalismo. Através do comprovativo de reserva deverá verificar se a reserva foi efetuada diretamente pelo hóspede ou através de um intermediário, assim como para que Casa foi efetuada, datas e nomes:
 - Existindo engano na Casa, o anfitrião deverá ajudar o visitante a encontrar a Casa correta;
 - Se a reserva foi efetuada através de uma agência de viagens ou de outro intermediário, o anfitrião deverá contactá-lo de imediato;
 - Se a reserva foi efetuada diretamente com a Casa ou o hóspede não possuir um comprovativo de reserva, o anfitrião deve procurar nos seus registos, os *no shows* de dias anteriores, as reservas dos dias seguintes, outros possíveis nomes ou sobrenomes;
 - Verificada a origem do lapso e sendo este da responsabilidade da Casa ou do intermediário, desde que o anfitrião possa solucioná-lo sem alertar o hóspede para a situação, deverá proceder à entrada do mesmo, expressando um pedido de desculpas pela demora no processo de verificação da reserva;
 - Esgotadas as verificações e não tendo sido encontrado qualquer pedido de reserva, o anfitrião deverá explicar a situação ao hóspede. Se o hóspede desejar ficar na Casa e sendo possível o alojamento, o anfitrião deverá proceder ao processo de entrada do hóspede. Se o hóspede não desejar ficar na Casa, o anfitrião deverá oferecer-se para ajudá-lo a encontrar outra Casa (Outras Fontes).

Situações Imprevistas - Permanência na Casa:

- Sempre que alguém externo procurar contactar um hóspede, nunca deverá ser confirmada a presença do hóspede na Casa, sem que este tenha concedido autorização para tal. Quando não seja possível contactar o hóspede no momento, solicitar a identificação de quem tentou contactá-lo e uma forma de contacto ou sugerir que deixe uma mensagem (Outras Fontes);

- Quando um hóspede solicite a modificação das condições iniciais da reserva, o anfitrião deverá tentar descobrir as causas do pedido e procurar satisfazer as necessidades do hóspede de acordo com a disponibilidade da Casa. Quando o motivo da solicitação do hóspede se prenda com algo, da responsabilidade da Casa, que o tenha desagradado, o anfitrião deverá desculpar-se, solucionar a questão e tentar compensar o hóspede de alguma forma: oferta de um quarto com melhores condições, oferta de alguma lembrança, etc. (Outras Fontes);
- Sempre que um hóspede apresente uma reclamação, esta deverá ser acompanhada diretamente pelo proprietário da Casa. O proprietário deverá tentar solucioná-la, ouvindo com atenção, correção e imparcialidade a exposição do hóspede. Pedir desculpa pelo sucedido, demonstrar que está interessado em solucionar o problema e expor as diferentes hipóteses ao hóspede. Resolvido o problema, o proprietário deverá contactar o hóspede e certificar-se que este ficou plenamente satisfeito. Dependendo da situação, o proprietário poderá oferecer ainda uma compensação ao hóspede (Marques, 2007: 590; Outras Fontes);
- Se o hóspede o solicitar, entregar-lhe o Livro de Reclamações. As reclamações registadas no Livro de Reclamações deverão ser enviadas para a Direção Regional de Turismo, no prazo máximo de 10 dias úteis (Decreto-lei nº 371/2007: art.º 3º, ponto 1, alínea b); Decreto-lei nº 371/2007: art.º 5º, ponto 1).

Situações Imprevistas - Saída dos Hóspedes:

- Quando da saída do hóspede poderão ocorrer lapsos na faturação. Mediante esta situação, corrigir de imediato o lapso e desculpar-se perante o hóspede (Outras Fontes);
- Perante a ocorrência de algum problema com o meio de pagamento utilizado pelo hóspede, solicitar-lhe uma forma alternativa de pagamento. Se os problemas persistirem, o hóspede deverá ser encaminhado para uma zona distante dos outros clientes, onde o proprietário da Casa possa, em privado, solucionar o problema com o hóspede (Outras Fontes);
- Em caso de pertences deixados pelos hóspedes, deverá ser assegurada a sua preservação. O mais breve possível entrar em contacto com o hóspede e

determinar as condições de envio, caso o hóspede assim o solicite (IPQ, 2010: ponto 5.7.2).

5.2.5 REFEIÇÕES

De acordo com a legislação em vigor as Casas de Campo têm obrigatoriamente de oferecer serviço de pequenos-almoços, incluído no preço do alojamento.

Quando não existam, num raio de 5 km da Casa, estabelecimentos de restauração e sempre que os proprietários ou representantes residam no estabelecimento, as Casas de Campo são igualmente obrigadas a disponibilizar aos hóspedes, almoços ou jantares, desde que solicitados previamente.

Quando o proprietário resida na Casa de Campo, os locais, equipamentos e utensílios utilizados no serviço de pequenos-almoços poderão ser os mesmos que são utilizados pelo proprietário, o que ainda torna mais relevante o conjunto de boas práticas que apresentámos.

As refeições servidas nas Casas de Campo devem corresponder à tradição da cozinha madeirense e utilizar, desde que possível, produtos da região ou da exploração agrícola do estabelecimento, quando exista.

As Casas de Campo podem comercializar produtos artesanais e gastronómicos produzidos no próprio empreendimento ou na região onde se situa.

«Qualquer estabelecimento – hotel, restaurante ou outra actividade – obtém êxito quando o hóspede ou cliente volta, por ter ficado satisfeito. Os seguintes pontos são razões fortes para a eficiente propaganda e atracção da clientela: o bom acolhimento e a cortesia do serviço; a boa cozinha [...]; um serviço impecável, em que a arte se alie à solicitude».

(Marques, 2007: 205)

Devendo a organização e supervisão do serviço de refeições estar a cargo do proprietário da Casa, apresentámos algumas recomendações dirigidas aos proprietários das Casas, assim como os requisitos dos pequenos-almoços e da sala de refeições.

RECOMENDAÇÕES

Ao Proprietário:

- Estar disponível para os hóspedes durante as refeições (IPQ, 2010: ponto 5.5.4);
- Informar os hóspedes sobre o horário e local das refeições (IPQ, 2010: ponto 5.5.1);

- Planear periodicamente a oferta gastronómica das refeições (Outras Fontes);
- Acolher os hóspedes à entrada da sala (Outras Fontes);
- Facilitar a comunicação entre estes e os seus colaboradores (Outras Fontes);
- Despedir-se dos hóspedes no final da refeição e tentar descobrir se o serviço e a refeição lhes agradaram (Outras Fontes).

Requisitos dos Pequenos-almoços:

- O pequeno-almoço deverá ser constituído por alimentos de fabrico caseiro e de origem local/regional (IPQ, 2010: ponto 5.5.2);
- Deverá ser composto, no mínimo pelos seguintes elementos:
 - Café;
 - Chá e/ou outras infusões;
 - Leite;
 - Sumos naturais;
 - Três tipos de pão ou pão e bolos;
 - Doces e compotas;
 - Queijo e manteiga;
 - Charcutaria (IPQ, 2010: ponto 5.5.2).

Requisitos da Sala de Refeições:

- Sendo qualquer refeição, uma refeição da casa, esta deverá ser apresentada num serviço de mesa completo, adequado ao estilo da Casa e em bom estado de conservação (IPQ, 2010: ponto 5.5.5);
- As toalhas e guardanapos deverão ser de linho, algodão e sempre que possível de Bordado Madeira. Desde que o estilo não seja comprometido, poderá ser utilizada uma toalha de resguardo (IPQ, 2010: ponto 5.5.8);
- O ambiente da sala de refeições deverá ser agradável e confortável (IPQ, 2010: ponto 5.5.6);
- O espaço deverá conseguir comportar o número máximo admissível de hóspedes, em termos de dimensões e número de mesas e cadeiras (IPQ, 2010: ponto 5.5.6);
- Sempre que solicitado pelo hóspede deverão ser disponibilizadas cadeiras de refeição para crianças (IPQ, 2010: ponto 5.5.7).

5.2.6 ANIMAÇÃO

Animação turística é entendida como o conjunto de atividades de caráter cultural ou lúdico, com o objetivo de preencher os tempos livres dos hóspedes:

«[O]cupá-los e descontraí-los, fazendo com que tenham recordações e imagens dos destinos, que se forem gratificantes, podem ajudar a prolongar estadias, promover mais consumo e, principalmente, constituir uma forma de fidelizar clientes para novos períodos de férias [...]. Ante a sua ausência num destino, em pouco tempo os turistas se sentem entediados, por não tomarem contacto com os recursos das regiões, nem com as actividades oferecidas pelas próprias unidades de alojamento».

(Ferreira, 2004: 88)

O conceito de animação turística na Madeira engloba um leque variado de atividades que se podem subdividir em diferentes modalidades:

- «Actividades de animação turístico – ambiental;»
- «Actividades de animação marítimo - turística;»
- «Actividades de animação turística geral.»

(Decreto Legislativo Regional nº 30/2008/M de 12 agosto, art.º 2º)

De acordo com a legislação em vigor, as Casas de Campo podem exercer atividades de animação que se destinem exclusivamente à ocupação dos tempos livres dos seus utentes, desde que estas contribuam para a divulgação das características, produtos e tradições da região onde a Casa esteja situada. Quando a Casa não tenha possibilidade de desenvolvê-las diretamente, deverá recorrer a empresas externas:

«Constituem actividades de animação turística geral as que não revistam carácter turístico - ambiental ou marítimo-turístico, nomeadamente as seguintes:

- a) Passeios turísticos em veículo com ou sem motor e em carros de cesto;*
- b) Passeios turísticos em teleférico, helicóptero, balão e aeronave com ou sem motor desde que a sua capacidade não exceda um máximo de seis passageiros e tripulantes;*
- c) Actividades desportivas, nomeadamente golfe, hipismo, ciclismo, karting e paintball;*
- d) Actividades de índole histórico -cultural, etnográficas e de ambiente temático recriado;*
- e) Prestação de serviços de organização de visitas a museus, monumentos históricos e outros locais de relevante interesse turístico;*
- f) Congressos, seminários, colóquios, conferências, reuniões, exposições artísticas, museológicas, culturais e científicas;*

- g) *Actividades de saúde e bem -estar, nomeadamente spas, talassoterapia, termalismo;*
h) *Outras actividades recreativas, culturais ou desportivas destinadas predominantemente ao mercado turístico.»*

(Decreto Legislativo Regional n.º 30/2008/M de 12 agosto, art.º 5º)

As linhas de orientação que expomos seguidamente têm como intuito promover e reforçar a implementação das atividades de animação nas Casas de Campo na ilha da Madeira.

RECOMENDAÇÕES

Animação da Casa:

- Planear a animação disponibilizada pela Casa (Outras Fontes);
- A oferta de animação deve contribuir para a divulgação das características, produtos e tradições da região onde a Casa se insere (Portaria n.º 937/2008: art.º 9, ponto 1);
- Adequar a oferta de animação ao perfil dos hóspedes (IPQ, 2010: ponto 5.6.1);
- Identificar o público-alvo por atividade (IPQ, 2010: ponto 5.6.1);
- Divulgar a animação disponibilizada pela Casa (IPQ, 2010: ponto 5.6.2);
- Assinalar o grau de dificuldade de cada atividade (IPQ, 2010: ponto 5.6.1);
- Referir qualquer aspeto que seja relevante para a prática das atividades (IPQ, 2010: ponto 5.6.1);
- Respeitar a legislação em vigor e a segurança dos hóspedes (Outras Fontes);
- Controlar e efetuar uma avaliação da satisfação dos hóspedes por atividade (IPQ, 2010: ponto 10.4.1);
- Quando a Casa disponibilize infraestruturas de animação (piscina, campo de ténis, etc.) deverá dispor e publicitar os regulamentos de utilização dessas infraestruturas (IPQ, 2010: ponto 6.6.1);
- Sempre que as atividades de animação não sejam inerentes ao serviço de alojamento, devem referi-lo e possuir o respetivo preço identificado (IPQ, 2010: ponto 5.6.2).

Animação Através de Empresas Externas:

- Divulgar uma listagem atualizada de atividades e de empresas de animação de origem local ou regional, nas áreas do lazer, recreio e desporto (IPQ, 2010: ponto 5.6.2);
- Recomendar apenas as atividades e/ou empresas que possuam competências evidenciadas (Outras Fontes);
- Conceder esclarecimentos sobre as atividades e/ou empresas (Outras Fontes);
- Facilitar o contacto e/ou reserva da atividade (Outras Fontes);
- Auscultar o hóspede, após a realização da atividade, se esta foi do seu agrado (Outras Fontes).

5.3 INFRAESTRUTURAS, EQUIPAMENTOS E OUTROS

Para um perfeito funcionamento das Casas de Campo, os seus proprietários deverão empenhar-se em conseguir manter as características e o estado de conservação de determinados aspetos do empreendimento:

«Todos os directores devem fazer, para si próprios, um acompanhamento do estado geral do seu produto, de forma a poder tomar as decisões inerentes [...]. [Devem elaborar uma ckeck-list] para os auxiliar no seu dia-a-dia de supervisão. Ela pode ser usada pelo próprio director ou pelo seu assistente, como complemento das anotações que já fazem quando circulam pelas dependências [...]. Durante várias inspecções, o responsável por estas pode não referir um cortinado gasto ou uma parede com defeitos, até ao momento em que considere que o estado destas se agravou ao ponto de dever ser mencionado».

(Marques, 2007: 111)

As orientações expostas neste ponto incidiram na estrutura seguinte: Infraestruturas e Equipamentos, Mobiliário e Decoração, Unidades de Alojamento, Instalações Sanitárias e, por último, Piscinas.

RECOMENDAÇÕES

Infraestruturas e Equipamentos:

- Todas as infraestruturas da Casa deverão estar em bom estado de conservação e funcionamento (IPQ, 2010: ponto 6.2.1);
- As infraestruturas permanentes devem enquadrar-se no estilo/época da Casa (IPQ, 2010: ponto 6.2.2);
- A Casa deve estar dotada com sistema de iluminação e água corrente quente e fria (Portaria nº 937/2008: art.º 11, alínea a);
- O exterior e os espaços envolventes da Casa devem possuir iluminação que lhes facilite o acesso (IPQ, 2010: ponto 6.2.3);
- Se o sistema de abastecimento de água for privativo, a Casa deverá dispor de reservatórios com capacidade suficiente para cumprir com as necessidades diárias do empreendimento (IPQ, 2010: ponto 6.2.4);
- A zona de arrumos deverá estar completamente separada das zonas destinadas aos hóspedes (IPQ, 2010: ponto 7.2.1);

- A Casa deverá disponibilizar uma área de estacionamento com condições apropriadas (IPQ, 2010: ponto 6.2.6);
- Todos os equipamentos da Casa deverão estar em bom estado de conservação e funcionamento (IPQ, 2010: ponto 6.2.7);
- Todos os equipamentos que possam ser utilizados pelos hóspedes deverão possuir um manual de instruções em duas línguas, Português e Inglês (IPQ, 2010: ponto 6.2.8);
- A casa deverá possuir um sistema de climatização adequado às condições climáticas da localidade e que abranja todas as áreas acessíveis aos hóspedes (IPQ, 2010: ponto 6.2.9);
- Dispor de um telefone fixo ou móvel com ligação à rede exterior na área de receção da Casa ou no escritório de atendimento, na freguesia (Portaria nº 937/2008: art.º 11, alínea i);
- A Casa deverá oferecer aos hóspedes a possibilidade de acesso à Internet (IPQ, 2010: ponto 5.4.8; Outras Fontes).

Mobiliário e Decoração:

- Os proprietários deverão dotar as Casas com mobiliário e decoração perfeitamente integrados no estilo/arquitetura típica local (IPQ, 2010: ponto 6.3.2);
- Os móveis e os elementos decorativos devem estar em bom estado de conservação e em harmonia com o estilo/época da Casa (IPQ, 2010: ponto 6.3.1);
- Privilegiar a utilização de elementos decorativos de fabrico local/regional (Outras Fontes);
- A disposição dos móveis deve favorecer a mobilidade (IPQ, 2010: ponto 6.3.3).

Unidades de Alojamento:

- Qualquer quarto deve dispor, no mínimo, de um conjunto de mobiliário:
 - Cama dupla ou duas camas individuais, nos quartos duplos;
 - Cama individual nos quartos individuais;
 - Móvel roupeiro ou solução equivalente;

- Mesa-de-cabeceira ou solução de apoio equivalente;
- Espelho;
- Iluminação de cabeceira;
- Tomada elétrica (IPQ, 2010: ponto 6.4.1; Portaria nº 937/2008: art.º 14, ponto 1).
- De acordo com a capacidade de alojamento do quarto, este deverá dispor de um conjunto de roupas de cama:
 - Lençóis de algodão ou linho;
 - Colcha, cobertor ou edredão;
 - Almofadas;
 - Cobertores e almofadas suplementares (IPQ, 2010: ponto 6.4.3).
- A área mínima dos quartos individuais é de 7 m² e a dos quartos duplos é de 9 m² (Portaria nº 937/2008: art.º 23, ponto 2);
- Quando as unidades de alojamento dispuserem de salas privativas, a área mínima exigida para as mesmas é de 10 m² (Portaria nº 937/2008: art.º 14, ponto 3);
- Todos os quartos deverão dispor de iluminação e de um sistema de climatização regulável, ambos adequados ao espaço (IPQ, 2010: ponto 6.4.4 e ponto 6.4.5);
- As Kitchenettes ou cozinhas das unidades autónomas deverão dispor de:
 - Fogão;
 - Placa ou micro-ondas;
 - Frigorífico;
 - Armários para colocar os utensílios de confeção e de serviço de mesa;
 - Extrator de fumos;
 - Banca de loiça;
 - Água quente e fria (IPQ, 2010: ponto 5.5.9).

Instalações Sanitárias:

- Todos os quartos deverão dispor de uma casa de banho privativa. Sendo permitida nas Casas de Campo a existência, no mínimo, de uma instalação sanitária para cada três quartos, esta condição só deve sobrevir quando as três

unidades de alojamento sejam reservadas pelo ou para o mesmo hóspede (Portaria n.º 937/2008: art.º 23, ponto 1);

- As casas de banho das unidades de alojamento deverão dispor, no mínimo, dos seguintes elementos:
 - Duche ou banheira;
 - Lavatório e espelho;
 - Sanita;
 - Ponto de luz e tomada de corrente elétrica;
 - Água corrente quente e fria;
 - Cesto de lixo;
 - Cortina para o duche ou solução equivalente;
 - Suporte de papel higiénico;
 - Toalheiros;
 - Espaço para os artigos de higiene dos hóspedes;
 - Tapete ou solução equivalente;
 - Toalhas de rosto e de banho;
 - Champôs, sabonetes ou gel de banho;
 - Secador de cabelo quando solicitado pelo hóspede;
 - Equipamento de ventilação (IPQ, 2010: ponto 6.5.2 – ponto 6.5.6).

Piscinas:

- As Casas com piscina devem disponibilizar ao hóspede um regulamento de utilização, em Português e Inglês (IPQ, 2010: ponto 6.6.1 – ponto 6.6.2);
- O regulamento de funcionamento da piscina deverá conter os seguintes elementos:
 - Horário de funcionamento;
 - Regime de tratamento da piscina e o tipo de produtos utilizados;
 - Controlo analítico e respetiva frequência, conforme legislação aplicável;
 - Atitudes proibidas;
 - Equipamento obrigatório;
 - Regras de convivência (IPQ, 2010: ponto 6.6.2).
- Na área envolvente da piscina deverão existir:

- Placa sinalizadora de «Piscina Não Vighada»;
 - Placa sinalizadora de «Proibido Mergulhar»;
 - Marcas indicadoras da profundidade da piscina;
 - Boias de salvamento ou outra solução equivalente;
 - Resultados do controlo analítico;
 - Mobiliário de piscina em perfeito estado de conservação e limpeza (IPQ, 2010: ponto 6.6.3 – ponto 6.6.4).
- Sempre que a piscina esteja vazia, o seu acesso deverá ser vedado (IPQ, 2010: ponto 6.6.5).

5.4 LIMPEZA E MANUTENÇÃO

Nas Casas de Campo as instalações e os equipamentos deverão ser mantidos em boas condições de higiene, limpeza e funcionamento, garantindo a segurança de pessoas e bens, de forma a assegurar a satisfação dos hóspedes e evitar falhas que possam ser sentidas por estes. Para que tal seja uma realidade, é fundamental, no capítulo da limpeza:

«[Q]ue o pessoal que trabalha na limpeza tenha um bom conhecimento das normas, procedimentos, rotinas e instruções aplicáveis ao sector onde trabalha, bem como das técnicas inerentes ao serviço, higiene e sanidade, segurança e prevenção de acidentes, é de toda a importância que recebam um treino adequado sobre esses itens logo na admissão, e antes de iniciarem o trabalho na secção».

(Marques, 2007: 534)

Na manutenção geral das Casas de Campo, salientamos que sendo da responsabilidade do Proprietário ou de um seu representante, este deverá dar prioridade a uma manutenção preventiva em todos os setores da unidade:

«A manutenção preventiva de todos os equipamentos é essencial e é muito importante para o perfeito funcionamento operacional de um hotel. O [responsável] pela manutenção deve preocupar-se com o funcionamento e segurança dos equipamentos e sistemas vitais para a satisfação da clientela e para a qualidade dos serviços».

(Marques, 2007: 340)

RECOMENDAÇÕES

Requisitos de Limpeza:

- A Casa deverá possuir um espaço específico, fechado, para armazenagem dos produtos e equipamentos de limpeza, devidamente arrumados e identificados (IPQ, 2010: ponto 7.2.1 – ponto 7.2.2);
- Para garantir a boa conservação do empreendimento, anualmente deverá ser efetuada uma limpeza geral (IPQ, 2010: ponto 7.2.3);
- As áreas exteriores da Casa deverão ser limpas com regularidade e se necessário, diariamente (IPQ, 2010: ponto 7.2.12);

- O interior da Casa, em especial as áreas comuns, os quartos, as casas de banho e a cozinha deverão ser limpos, diariamente (IPQ, 2010: ponto 7.2.4);
- A limpeza e arrumação dos quartos deverá iniciar-se pela casa de banho e posteriormente, o quarto propriamente dito (Outras Fontes);
- As roupas de cama deverão ser substituídas, no mínimo duas vezes por semana, sempre que o hóspede o solicite e desde que exista mudança de hóspede (IPQ, 2010: ponto 7.2.7);
- Os consumíveis das casas de banho deverão ser repostos sempre que necessário (IPQ, 2010: ponto 7.2.8);
- Os atoalhados das casas de banho deverão ser substituídos diariamente. Se por motivos ambientais, os hóspedes desejarem reter os atoalhados por mais tempo, a troca deverá ser efetuada consoante o solicitado pelo hóspede (IPQ, 2010: ponto 7.2.8-ponto 7.2.9);
- Aquando da limpeza diária, deverão ser verificadas as condições de funcionamento de todos os equipamentos, sendo as anomalias reportadas e corrigidas imediatamente (IPQ, 2010: ponto 7.2.6);
- As atividades de limpeza deverão ser executadas na ausência dos hóspedes, em horário adequado a cada situação (IPQ, 2010: ponto 7.2.5);
- Os hóspedes devem ser informados sobre a periodicidade da limpeza dos quartos, das casas de banho e dos colchões, assim como das mudanças de roupa de camas e atoalhados (IPQ, 2010: ponto 7.2.11).

Requisitos de Manutenção:

- Todas as infraestruturas e equipamentos deverão ter uma manutenção regular (IPQ, 2010: ponto 9.1);
- As intervenções de manutenção deverão ser registadas (IPQ, 2010: ponto 9.2);
- Todas as informações e documentação relativas aos equipamentos deverão ser conservadas num único local (Outras Fontes);
- A Casa deve promover a afixação, junto de cada equipamento, das respetivas instruções resumidas de manutenção e funcionamento (Outras Fontes);
- A Casa deve apelar aos utentes, para a necessidade de respeitar as normas de utilização e funcionamento dos equipamentos (Outras Fontes);

- As chaminés, recuperadores de calor e fogões de sala deverão ser limpos anualmente, de preferência antes do Outono, sendo registada a respetiva intervenção (IPQ, 2010: ponto 9.3);
- Todos os sistemas de climatização deverão ser verificados periodicamente por um técnico credenciado (IPQ, 2010: ponto 9.5);
- Toda a anomalia detetada e comunicada pelos hóspedes deverá ser imediatamente registada e reparada (IPQ, 2010: ponto 9.4);
- A Casa deve garantir a existência de produtos consumíveis, evitando ruturas de *stocks* (IPQ, 2010: ponto 9.6).

5.5 AMBIENTE INTERNO E EXTERNO

As particularidades que compõem o ambiente interno e externo das Casas de Campo refletem as preocupações das Casas no âmbito do ambiente, da energia, da segurança e envolvente que consagram a prestação do serviço TER, numa esfera de equilíbrio entre a segurança e o conforto dos hóspedes, a gestão do empreendimento e o cumprimento da legislação aplicável a cada caso.

Segundo Albano Marques a «*gestão ambiental e a demonstração de responsabilidade ecológica são elementos que devem ser analisados e postos em prática*» (2006: 443) porque o hóspede atual para além de privilegiar a qualidade do produto turístico, pondera igualmente o comportamento social de quem o fornece.

RECOMENDAÇÕES

Ambientais:

- O proprietário da Casa é o responsável pela gestão ambiental e energética da casa, devendo promover as melhores práticas nas áreas da proteção ambiental e da gestão da energia, da água, de resíduos, de tratamento de efluentes, etc. (IPQ, 2010: ponto 8.2);
- Sempre que a água de consumo na Casa provenha de captações próprias, deverão ser realizadas análises químicas e microbiológicas, conforme legislação em vigor (IPQ, 2010: ponto 6.2.5);
- Quando não exista serviço público de recolha de lixo, a Casa deve providenciar um sistema de armazenamento de lixo (Portaria nº 937/2008: art.º 11, alínea f);
- Sempre que possível a Casa deverá recorrer a fontes de energia renováveis (Marques, 2006: 443-455);
- Comunicar aos hóspedes as medidas ambientais promovidas pela Casa e convidá-los a participar nas atividades ambientais da Casa, através da exibição de avisos nos quartos que permitem ao hóspede fazer a sua opção (Marques, 2006: 443-455);
- Separar para reciclagem os resíduos recolhidos em qualquer espaço da Casa e utilizar diferentes contentores para o efeito (Marques, 2006: 443-455);

- Racionalizar o consumo de energia e utilizar, sempre que possível, lâmpadas elétricas de baixo consumo (Marques, 2006: 443-455);
- Ligar os sistemas de climatização apenas nos espaços em que estejam a ser utilizados (Marques, 2006: 443-455);
- Promover a utilização de meios de transporte não poluentes (bicicletas), (Marques, 2006: 443-455).

Relativas à Segurança:

- O proprietário da Casa deverá subscrever um seguro de responsabilidade civil (IPQ, 2010: ponto 8.3.1);
- A Casa deverá possuir um sistema de controlo de acesso (IPQ, 2010: ponto 8.3.2);
- Estabelecer um horário de fecho das portas exteriores e comunicar aos hóspedes as condições de acesso fora desse horário (IPQ, 2010: ponto 5.4.10);
- Dispor de meios de extinção de incêndios. A Casa deve possuir três extintores, no mínimo, um na cozinha, um junto do quadro elétrico e outro no espaço reservado ao armazenamento dos produtos de limpeza (IPQ, 2010: ponto 8.3.3);
- Dotar a Casa de um plano de emergência para incêndios (IPQ, 2010: ponto 8.3.5);
- As vias de evacuação deverão estar sinalizadas com placas fotoluminescentes e blocos autónomos de iluminação. Quando tal não for possível, deverão ser entregues croquis aos hóspedes, no ato de entrada na Casa (IPQ, 2010: ponto 8.3.5);
- Desde que existam armas, como elemento decorativo da Casa, o seu acionamento deverá ser impossibilitado e prevenido o acesso a menores (IPQ, 2010: ponto 8.3.6);
- Nas unidades de alojamento e nas casas de banho não deverão ser colocados quaisquer tipos de esquentadores e aquecedores a gás (IPQ, 2010: ponto 8.3.7);
- Todos os equipamentos a gás devem estar em perfeito estado de funcionamento, conforme legislação em vigor (IPQ, 2010: ponto 6.2.10);

- As alfaias agrícolas deverão ser guardadas num espaço fechado, inacessível aos hóspedes. Quando deixadas nos campos devem possuir dispositivos que impeçam o seu acionamento pelos hóspedes (IPQ, 2010: ponto 8.3.8-ponto 8.3.9);
- Todos os poços e caixas técnicas deverão estar fechados (IPQ, 2010: ponto 8.3.10);
- A Casa deverá possuir um estojo de primeiros socorros (IPQ, 2010: ponto 8.3.4);
- Conceder formação a todos os colaboradores para situações de emergência, com destaque para incêndios e urgências médicas com os hóspedes (IPQ, 2010: ponto 10.2.2);
- Disponibilizar nos quartos e junto ao telefone da Casa, uma listagem com os números de telefone de emergência mais relevantes (Outras Fontes);
- A Casa deverá possuir iluminação noturna exterior, prevenindo eventuais acidentes (IPQ, 2010: ponto 6.2.3).

Relativas à Envolvente:

- As eventuais fontes de risco ou perigo para os hóspedes, na envolvente interna da Casa, deverão ser neutralizadas ou minimizadas. Os hóspedes deverão ser sempre avisados do que está a acontecer (IPQ, 2010: ponto 8.4.1);
- As eventuais fontes de risco ou perigo para os hóspedes na envolvente exterior à Casa, desde que sejam conhecidas, deverão ser comunicadas aos hóspedes de imediato. Sempre que possível, a Casa, deverá tomar as medidas necessárias para neutralizá-las ou minimizá-las (IPQ, 2010: ponto 8.4.2).

5.6 GESTÃO DO EMPREENDIMENTO

Uma boa gestão do empreendimento favorece melhores resultados quer para os proprietários, quer para a satisfação de todos os intervenientes.

Segundo Albano Marques a gestão «*é o processo através do qual se usa o que se tem para fazer o que se quer (ou aquilo que se precisa). O que se tem são os recursos, o que se quer (ou aquilo de que se precisa) é atingir os objectivos da empresa e as suas metas.*» (2006: 283).

Sendo os recursos limitados, um dos grandes desafios da gestão é saber como utilizá-los de forma a atingir os objetivos desejados. Nas Casas de Campo esta responsabilidade é imputada ao proprietário, o qual pode delega-la a um representante legal que tenha conhecimentos e competências para executá-la.

Considerando que muitos dos proprietários das Casas de Campo na ilha da Madeira, são essencialmente investidores que pretendem rentabilizar os seus capitais/imóveis, a primeira recomendação deste guia de boas práticas, no que concerne à gestão do empreendimento fundamentou-se no seguinte:

- Sempre que o proprietário não possua conhecimentos e competências na área da gestão de empresas turísticas, deve entregá-la a um técnico profissional devidamente qualificado.

Assim sendo e, com o intuito de incentivar uma melhoria contínua na gestão das Casas de Campo na ilha da Madeira, enunciam-se algumas orientações.

RECOMENDAÇÕES

Área da Gestão do Empreendimento:

- O Proprietário ou o seu representante deverá possuir formação profissional na área da Gestão de Empresas Turísticas, ou experiência profissional (Outras Fontes);
- O proprietário deverá obter o licenciamento da Casa de Campo e de todas as autorizações previstas na lei (IPQ, 2010: ponto 10.1);
- Fazer afixar a placa identificativa da classificação da Casa de Campo, no exterior, junto à entrada principal (IPQ, 2010: ponto 10.1);

- O proprietário é responsável pela orientação e supervisão de todos os serviços fornecidos pela Casa (IPQ, 2010: ponto 10.1);
- Cumprir com todas as obrigações legais decorrentes do funcionamento da Casa (IPQ, 2010: ponto 10.1);
- O pessoal ao serviço na Casa deverá deter as competências necessárias, de acordo com a função desempenhada, com base na formação e experiência adquiridas (IPQ, 2010: ponto 10.2);
- É da responsabilidade do proprietário determinar as competências do pessoal para cada tarefa (IPQ, 2010: ponto 10.2.1);
- O pessoal deve estar consciente da importância da respetiva atividade e da contribuição desta no sucesso dos objetivos pretendidos (IPQ, 2010: ponto 10.2.1);
- O proprietário deverá oferecer formação ao pessoal (IPQ, 2010: ponto 10.2.2);
- Deverão existir registos do pessoal com informação relativa à escolaridade, formação e experiência profissional (IPQ, 2010: ponto 10.2.4);
- Efetuar uma avaliação regular das ações empreendidas (IPQ, 2010: ponto 10.2.3);
- Desenvolver e monitorizar ferramentas de autoavaliação de todos os serviços fornecidos pela Casa (IPQ, 2010: ponto 10.1, ponto 10.3.1-ponto 10.3.3);
- Estabelecer uma rotina de avaliação periódica de satisfação dos hóspedes (IPQ, 2010: ponto 10.4.1);
- Analisar os resultados das avaliações de satisfação dos hóspedes e da autoavaliação da Casa e quando necessário, desenvolver ações para resolução de problemas e/ou melhoria dos serviços (IPQ, 2010: ponto 10.4.2-ponto 10.4.3);
- Estabelecer uma rotina para a identificação, resolução e prevenção de problema (IPQ, 2010: ponto 10.5.1-ponto 10.5.2).

5.7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sendo um dos principais objetivos de um empreendimento turístico, satisfazer as necessidades e expectativas dos seus hóspedes através da prestação de um serviço que se adequa às características desse tipo de oferta turística, o conjunto de boas práticas que apresentámos pretende ser um instrumento de trabalho útil que deverá ser explorado pelos proprietários das Casas de Campo na ilha da Madeira.

Não se pretendeu apresentar procedimentos estanques, apenas inculcar princípios e recomendações cuja função principal foi a de orientação, tendo como objetivo final a promoção da qualidade dos serviços prestados por estes empreendimentos turísticos que apesar de possuírem uma capacidade de alojamento diminuta, podem adquirir uma forte relevância no desenvolvimento do turismo: *«Uma pequena estalagem à beira da estrada com dez quartos, quatro ou cinco empregados diligentes e proprietários conhecedores e conscientes pode ser tão importante para o turismo como o Palace de uma grande cidade, o qual sirva 30.000 pessoas por ano, com 400 empregados e as suas instalações superluxuosas»* (Marques, 2006:31).

A elaboração deste guia teve como princípios garantir as expectativas e necessidades dos hóspedes, contidas na Norma Portuguesa Nº 4494 (IPQ,2010), com destaque para três vertentes essenciais. A primeira, que a conduta dos anfitriões se pautasse pela *«cordialidade, simpatia, disponibilidade, empatia e profissionalismo»*; a segunda, que aos hóspedes seja oferecido um cenário caracterizado por *«ambiente familiar, conforto, segurança, tranquilidade, privacidade e animação, quando o desejarem»*; a terceira, que a casa disponha de um adequado conjunto de condições: *«acessos, mobilidade, estado de conservação, funcionalidade, coerência da decoração, limpeza e segurança»* (IPQ, 2010:5).

As considerações anteriores são particularmente valiosas para o tópico da presente investigação e neste contexto, a pertinência deste capítulo justifica-se ainda, uma vez que *«[a] gestão integrada da qualidade pretende aumentar a satisfação do visitante, procurando simultaneamente melhorar a economia local, o meio ambiente e a qualidade de vida da comunidade local»* (Comissão Europeia, 2000: 8).

CAPÍTULO VI

SÍNTESES E CONCLUSÕES

6.1 REFLEXÕES FINAIS

A Madeira é um destino turístico com tradição ancestral. Para muitos, o turismo deu os seus primeiros passos logo após a descoberta oficial do arquipélago, no início do Século XV; para outros, é um destino turístico com mais de dois séculos. Apesar das opiniões divergirem, encontramos um marco consensual: que na segunda metade do século XVIII já se praticava turismo na Madeira.

Na atualidade a Madeira é um destino turístico conhecido internacionalmente, pelos seus recursos endógenos, em especial, pelo seu clima, pela beleza das suas paisagens, pelo seu património natural, pela hospitalidade dos madeirenses e pela segurança.

O turismo tem sido considerado por muitos como uma arte, a «arte de bem receber» a qual está profundamente conectada com a qualidade de bens e serviços que constituem a oferta de um destino turístico.

O «receber bem» um turista, implica que o núcleo recetor esteja preparado a todos os níveis, social, económico e ambiental. A Madeira é um núcleo recetor com uma vasta experiência na área do turismo, no entanto o turismo em espaço rural é muito recente, remontando aos finais da década de 80, do século passado.

Nas últimas décadas, a decadência dos meios rurais face à evolução e conveniências dos meios urbanos, provocou lesões que impuseram o lançamento de novas políticas que tentaram garantir a salvaguarda da integridade territorial e o desenvolvimento sustentado.

Essas políticas tiveram como objetivo principal o desenvolvimento das zonas rurais, estimulando a diversificação das atividades económicas e a consequente melhoria das condições de vida das populações rurais e nesta perspetiva *«[o] carácter multidisciplinar do turismo objectivado pelos inúmeros estudos científicos levados a cabo nos últimos anos reconhece ao turismo múltiplas repercussões sociais, económicas, políticas, ambientais e culturais na sociedade actual»* (Inácio e Patuleia, 2008. 92), pelo que este foi encarado como um vetor capaz de impulsionar a economia, gerar emprego e contribuir para fixação das populações rurais, respondendo desta forma aos recentes processos de mudança económica e social e valorizando o desenvolvimento

rural face às novas necessidades e aspirações sociais, desde que a aposta se fundamente em:

«[E]mpreendimentos de qualidade, quer ao nível da tipologia da intervenção arquitectónica de recuperação de imóveis, quer ao nível dos detalhes da sua decoração e a sua contextualização, serviços prestados, conteúdos e qualidade da sua envolvente, formas de promoção e marketing, interligação com outras actividades de animação turística, estabelecimentos de restauração e bebidas de gastronomia regional, locais de venda de produtos artesanais [...] de “saberes fazer locais”, ou seja, a associação a outros recursos endógenos do território, criados ou, eventualmente, a criar, sempre trabalhando em rede com outros promotores/entidades, de modo a conseguir o retorno desejado do investimento e a oferta de um produto turístico completo e diversificado».

(Monteiro e Carvalho, 2006: 62)

Na atualidade sabemos que as tendências de desenvolvimento do turismo são fortemente influenciadas por um conjunto de fatores de ordem global e tecnológica cujos impactos se evidenciam, entre outros, na alteração dos perfis do turista, na emergência de novos produtos e serviços e na crescente autonomização do turista no acesso às novas tecnologias.

Segundo a OMT *«The world in the year 2020 will be characterized by the penetration of technology into all aspects of life [...]. In consequence, people will crave the human touch; and tourism will be the principal means through which they seek to achieve this»* (WTO, 2001: 9).

Esta conjuntura influencia as estratégias empresariais, onde a gestão deverá estar ancorada na qualidade da oferta de bens e serviços, a qual depende entre outros fatores da qualificação dos recursos humanos. Sendo o turismo, no momento presente e nas perspectivas futuras, uma necessidade do ser humano, torna-se imprescindível lutar constantemente pela excelência dos serviços prestados. Neste contexto justifica-se a indispensabilidade de estudos e análises periódicas aos diferentes segmentos turísticos.

O estudo a que nos propusemos inicialmente pretendeu analisar a interligação entre o turismo em espaço rural, em particular as Casas de Campo na ilha da Madeira e o património da RAM. Em torno desta temática foram definidos cinco objetivos; o primeiro, consistiu numa análise ao impacto do desenvolvimento das Casas de Campo na Ilha, no âmbito da recuperação e preservação do património regional; o segundo, versou a identificação do perfil do visitante da referida modalidade; o terceiro, baseou-se no reconhecimento das atrações turísticas que motivam este visitante em relação ao

património; o quarto, incidiu na análise da adequação da oferta à procura turística das Casas de Campo na Madeira e por último, o quinto, centrou-se na apresentação de um guia de boas práticas para as Casas de Campo na ilha da Madeira, fundamentada nos resultados obtidos na prossecução dos quatro anteriores objetivos.

Neste quadro, para além da elaboração do guia de boas práticas, foram desenvolvidas linhas de reflexão que nos permitiram verificar a veracidade das hipóteses teóricas e práticas enunciadas no início da presente investigação.

Neste capítulo procurámos apresentar as principais sínteses e conclusões, refletindo sobre as mesmas e/ou consolidando algumas elações retiradas, quer através da validação ou não das hipóteses de partida, quer através de algumas conclusões gerais centradas no nosso objeto de estudo, as Casas de Campo. Estas conclusões, por outro lado, abrem a porta a investigações futuras em outros âmbitos do turismo em espaço rural que permitem estimular o desenvolvimento deste segmento turístico, tendo em consideração as diferentes sinergias que pode desencadear, aos mais variados níveis, das economias e sociedades rurais.

6.2 SÍNTESES E CONCLUSÕES ESPECÍFICAS

Através do trabalho realizado de compilação de informação e análise detalhada da mesma, a maioria das conclusões extraídas desta investigação prenderam-se essencialmente com a verificação das hipóteses referidas no início, que passamos a sistematizar e que apresentamos organizadas, precisamente em relação às cinco hipóteses de partida.

Hipótese Um – O desenvolvimento turístico das Casas de Campo na ilha da Madeira contribui para a recuperação e preservação do património regional.

No plano da recuperação e preservação do património regional urge referir as medidas que têm sido tomadas na RAM, algumas delas anteriores ao nascimento do turismo em espaço rural na Ilha.

O património natural do arquipélago da Madeira graças ao seu evidente interesse científico e económico pela rica biodiversidade indígena e endémica que ainda possui é um dos recursos turísticos de maior importância na Ilha. A flora indígena madeirense é reconhecida internacionalmente, quer pela sua riqueza, quer pela sua diversidade, sendo considerada uma relíquia do Terciário por possuir espécies originárias das floras primitivas do norte de África e do sul da Europa que se extinguiram devido às alterações climáticas e que presentemente persistem na Macaronésia, com maior destaque nos arquipélagos atlânticos da Madeira, dos Açores e das Canárias. Os grupos de plantas que se destacam na flora indígena da Madeira são os endemismos da Macaronésia e as plantas mediterrâneas.

O reconhecimento dos esforços desencadeados está bem patente à escala internacional, quer pela incorporação da floresta indígena da Madeira na rede de Reservas Biogenéticas do Conselho da Europa, constituindo Zona de Proteção Especial-ZPE, no âmbito da Diretiva Aves, em 1992, posteriormente em 1999, através da declaração da Laurissilva Madeirense, como Património Mundial Natural pela UNESCO; quer pela atribuição, em 1992, do Diploma Europeu do Conselho da Europa para Áreas Protegidas à Reserva Natural das Ilhas Selvagens.

A criação do Parque Natural da Madeira e das Reservas Naturais das Selvagens e das Desertas, assim como a legislação internacional, nacional e regional têm permitido

uma maior proteção dos habitats e das espécies endémicas e ameaçadas. Mais recentemente, em 2011, toda a área de Parque Natural da Madeira no concelho de Santana foi considerada Reserva da Biosfera.

Por outro lado, sendo os percursos pedonais na Madeira cada vez mais procurados por visitantes que desejam aliar ao recreio e ao lazer, o contacto com a natureza, a sua importância tem sido reconhecida. Numa ótica de desenvolvimento sustentável, o Governo Regional da RAM estabeleceu um sistema de sinalética que orienta os visitantes e utentes, permitindo a segurança pedonal e a manutenção do equilíbrio ecológico, assim como promoveu a elaboração e divulgação de uma lista dos percursos recomendados, os quais se localizam maioritariamente no Parque Natural da Madeira.

No que concerne o património cultural e de acordo com os objetivos da presente investigação e o elevado número de monumentos que fazem parte deste património, não considerámos pertinente uma apresentação exaustiva dos mesmos. Optámos por caracterizar cada concelho sobretudo através dos seus imóveis classificados, atividades culturais e tradicionais. A gastronomia, vinhos, artesanato e museus foram apresentados numa perspetiva global dada a sua transversalidade nos diferentes concelhos da RAM.

Através do estudo efetuado apurámos que a ilha da Madeira conta com 178 imóveis classificados, dos quais 7 são monumentos nacionais (MN), 54 são monumentos de interesse público (IP), 114 são monumentos de interesse municipal (IM), dois são monumentos de valor cultural regional (VCR) e um foi considerado monumento de valor regional (VR). O concelho que reúne um maior número de imóveis classificados é o do Funchal (com 74), seguido pelos concelhos de Santa Cruz (com 29), Calheta (com 23), Machico (com 14), Ponta do Sol (com 14) e Santana (com 7), São Vicente (com 6), Câmara de Lobos (com cinco), Ribeira Brava (com quatro) e Porto Moniz (com dois).

Quanto às atividades culturais e tradicionais, foram apresentados calendários de eventos por concelho, onde se destacaram os eventos de cariz religioso, com preponderância para os denominados «Arraiais Madeirenses». As festas religiosas na Madeira não são exclusivamente de cariz religioso, estão ligadas à tradição e ao entretenimento, conjugando a parte litúrgica com os festejos pagãos. O «Arraial Madeirense» acontece num cenário de maior culto, de grandiosa festa vivida pela comunidade, onde o ambiente festivo atinge o seu auge com barracas de «comes e bebes», música ao vivo, fogo-de-artifício e muita animação. São processos ideais para a transmissão cultural e de sociabilização que o visitante procura. Estes eventos permitem

uma melhor integração do visitante com a população local, com a identidade do povo madeirense, em particular através da sua música, da sua indumentária e da sua gastronomia e vinhos. Os eventos de carácter popular apresentam igualmente um valor acrescido na preservação e divulgação da identidade histórica e cultural da população madeirense. Nestes calendários não figuraram exposições temporárias, peças de teatro, bailados, concertos, conferências, congressos, lançamento de livros e outros, por serem eventos direccionados a públicos mais específicos.

Apesar de todos os concelhos da Ilha possuírem um calendário rico em eventos que se sucedem ao longo de todo o ano, embora com maior evidência entre os meses de maio e outubro, sobressaem pela maior profusão e diversidade os calendários dos concelhos de Funchal, Calheta, Machico, Santana e Santa Cruz.

Merece igualmente realce, a gastronomia tradicional madeirense, a qual manifesta uma viva ligação com os produtos provenientes do solo madeirense. Muitos dos ingredientes proveem da fauna e da flora do arquipélago. A singularidade da gastronomia madeirense reside nos hábitos da população rural, reflete a estrutura do seu quotidiano, é uma gastronomia de dimensão local limitada pelo território, pelo que traduz vivamente a identidade cultural da população madeirense, os seus costumes, a sua história, numa relação perfeita com os produtos regionais.

O Vinho Madeira é mundialmente aceite como um vinho único. Possui uma história de cinco séculos de vivências, experiências e sabores que se transmitiram de gerações em gerações. Foi o responsável pela criação de uma paisagem vitícola madeirense, universalmente única.

Quanto ao artesanato, entre a diversidade da oferta existente destaca-se o Bordado Madeira, quer pela sua qualidade e beleza, quer pela variedade de artigos que oferece ao visitante, em termos de funcionalidade e preço.

O Plano Estratégico Nacional do Turismo (2007-2015) distinguiu a Gastronomia e Vinhos pela sua relevância e potencial enquanto produto na aposta turística de uma região, quer pela tradição, quer pela qualidade dos produtos. A gastronomia madeirense e o Vinho Madeira são heranças ancestrais comuns, são também fortes atrativos turístico-culturais e um património cultural que interessa continuar a preservar e divulgar.

Comprovámos igualmente que os principais museus da ilha da Madeira se localizam essencialmente no concelho do Funchal, existindo em alguns concelhos pequenos núcleos museológicos ou museus com exposições específicas que pretendem

retratar alguma atividade ou personalidade que interesse preservar na memória histórica e cultural desse concelho. Dada a dimensão reduzida da ilha da Madeira e as infraestruturas terrestres que existem atualmente, podemos afirmar que os visitantes alojados nas unidades de turismo em espaço rural nos restantes concelhos, caso o desejem, não encontrarão dificuldades em visitar os museus que se localizam no concelho do Funchal.

Tendo em consideração o exposto podemos concluir que a recuperação e preservação do património regional têm sido uma rubrica presente nas políticas regionais da RAM. Entre as mais recentes, sublinhamos no domínio do planeamento, o Plano de Ordenamento Turístico (POT) que é o instrumento de gestão territorial do setor turístico na RAM, no qual foi definida a estratégia de desenvolvimento do turismo na RAM e o modelo territorial a adotar. Este documento pretendeu garantir o equilíbrio na distribuição territorial dos alojamentos e equipamentos turísticos e consequentemente um melhor aproveitamento e valorização dos recursos humanos, culturais e naturais.

No contexto da implementação das políticas nacionais e comunitárias, destacamos o PRODERAM, instrumento de programação do desenvolvimento rural para o período de 2007-2013, com incidência territorial sobre o território da Região Autónoma da Madeira. O PRODERAM é composto por 29 medidas, repartidas por dois eixos estratégicos: «Qualidade» e «Sustentabilidade», agrupados em seis grandes áreas: Competitividade, Formação/Inovação, Espaços Florestais, Espaço Rural, Diversificação Económica e Infraestruturas. Concretiza-se através do FEADER, em coerência com as estratégias traçadas e centra-se no aumento da competitividade regional, na proteção e melhoria do ambiente e da paisagem num quadro agrícola multifuncional e num espaço rural de qualidade.

Apesar do Programa do Governo não focar especificamente ações no âmbito do desenvolvimento do TER, estas estão inseridas no capítulo do «*Turismo*» em geral e no da «*Agricultura e Desenvolvimento Rural*». Quanto ao desenvolvimento rural, o Programa do Governo Regional assegura a articulação entre os diferentes instrumentos das políticas rurais e agrícolas, através da aplicação dos fundos comunitários, considerando a agricultura e o turismo como atividades prioritárias no desenvolvimento económico da RAM.

Atendendo à data de início de atividade dos estabelecimentos da amostra e uma vez que os proprietários não especificaram quais os sistemas de incentivos a que haviam recorrido, julgamos conseguir aferir que estes estabelecimentos foram beneficiários de

diferentes dinâmicas induzidas pelo LEADER, nomeadamente o LEADER II, O LEADER + e a Abordagem LEADER do atual quadro comunitário.

Por outro lado, constatámos que seis empreendimentos (37,5%) da amostra não haviam recorrido a qualquer sistema de incentivo, o que vai de encontro às afirmações de alguns proprietários que atestaram haver (re)construído o edifício inicialmente para uso próprio, como casa de campo para férias familiares e somente numa fase posterior, terem recorrido ao TER como forma de manter e rentabilizar o edifício.

Ainda sobre a temática da recuperação e preservação do património, conferimos que o turismo rural na Madeira teve um impacto positivo forte na recuperação de inúmeros imóveis degradados, muitos deles funcionando atualmente como Casas de Campo.

Para esta conclusão confluíram diferentes conjunturas, entre as quais os antecedentes históricos das Casas de Campo da amostra em estudo. Neste âmbito constatámos que 94% dos atuais imóveis foram originalmente casas familiares, com traça arquitetónica tradicional madeirense, perfeitamente integradas na arquitetura local que sofreram processos de recuperação e restauração. Um único imóvel (6%) teve origem num antigo armazém que foi restaurado e adaptado a este tipo de empreendimento turístico, mantendo a traça arquitetónica original. Dependendo das características arquitetónicas do imóvel inicial, 69% apresentavam um estilo madeirense senhorial de casa de campo, 25% um estilo rústico e 6% um estilo apalaçado (um solar). Na decoração dos interiores a maioria dos imóveis tinha optado por uma decoração tradicional madeirense (87%). Destes, 56% haviam preferido o estilo senhorial, alguns com móveis antigos em madeira de vinhático, e 32% o estilo rústico. Apenas dois imóveis (12%) haviam escolhido uma decoração de interiores simples e moderna.

Pelo exposto comprovamos que as Casas de Campo contribuíram para a recuperação do património regional. Para além desta constatação, ao cruzar a informação relativa ao grau de satisfação dos visitantes com as entrevistas realizadas aos proprietários e com as visitas efetuadas aos empreendimentos, verificámos que estas também retrataram a mesma contribuição na preservação e recuperação do património. Efetivamente as Casas da amostra sobressaíam entre as outras dessa localidade pela preservação e conservação do estilo arquitetónico, equipamento, decoração, localização, beleza e limpeza dos seus arredores.

Na medida em que o número de visitantes das Casas de Campo é ainda pouco expressivo na Madeira, os impactos podem não ser muito visíveis, no entanto julgamos

poder afirmar que estes empreendimentos têm desempenhado um papel valioso quer na vertente da interatividade com a população local, quer na da sustentabilidade das economias rurais, principalmente através da dinamização de outras atividades económicas (serviços, animação, comércio, restauração, venda de produtos locais, etc.), espelhando, também desta forma, o seu contributo na recuperação e na preservação do património natural e cultural.

Hipótese Dois – O perfil do visitante das Casas de Campo na Madeira possui especificidades face aos perfis de outros destinos turísticos.

Com base nos inquéritos por questionário lançados aos visitantes da amostra, podemos concluir que os hóspedes das Casas de Campo na ilha da Madeira eram maioritariamente casais e famílias, entre os 30 e os 59 anos, com um nível educativo elevado, detentores de formação de nível superior. Compostos essencialmente por profissionais no ativo, com cargos diretivos ou profissões liberais, gozando de um nível económico-financeiro médio-elevado.

A duração média de estada dos visitantes situou-se entre quatro a sete noites e para a maioria dos inquiridos, esta foi a sua primeira visita à Madeira, apesar de 20% já a ter visitado em datas anteriores.

Na escolha de uma Casa de Campo, ponderaram os seguintes fatores por ordem decrescente de importância: «Tranquilidade e Descanso», seguida de perto pelo «Contacto com a Natureza» e pelo «Contacto com a Cultura Local». Em quarto plano surgiram o «Ambiente Familiar» e o «Contacto com a População Local».

A residência habitual destes visitantes localizou-se essencialmente nos seguintes países: Alemanha, França, Países Baixos, Reino Unido e Suíça.

A maioria utilizou a Internet, para recolha de informação sobre as Casas de Campo e para reserva de alojamento e transporte.

No que concerne a informação sobre a «Casa de Campo», apesar da maioria utilizar a Internet, o recurso às agências de viagens e a informação transmitida pela família ou amigos ainda influenciaram consideravelmente a escolha do alojamento.

As atividades realizadas na Ilha incidiram sobretudo na natureza (82,9% de respostas), no desejo de experimentar a gastronomia tradicional (78,7% de respostas), na compra produtos tradicionais da zona (51,8% de respostas) e nas atividades culturais (40,2% de respostas).

Comparativamente a outros perfis constatámos que existiam muitas similaridades entre os visitantes que procuram o turismo em espaço rural na Madeira e em outros países europeus. As especificidades encontradas residiram essencialmente em três aspetos, na faixa etária, nas motivações turísticas e na duração da visita, as quais, em nosso entender poderão estar diretamente relacionadas com os recursos turísticos da Madeira.

Alguns dos outros perfis apontavam uma faixa etária de «meia-idade» com algumas oscilações (Carqueja, 1998; Pinto, 2004; Silva, 2006; Melo, 2003; Lopes, 2005) ou uma idade média que rondava os 37 anos (Qualitool, 2010). No caso do visitante da Madeira, apesar do maior número de inquiridos situar-se na faixa etária dos 40-49 anos, a percentagem de inquiridos em outras faixas etárias apresentou valores muito próximos, pelo que conceituamos uma faixa etária mais alargada, entre os 30 e os 59 anos.

Nas motivações turísticas, para o visitante da Madeira «praticar turismo» foi o seu principal motivo de visita e o fator principal que o motivou a escolher uma unidade turística rural foi a «Tranquilidade e o Descanso» (64,6% de respostas), seguido por dois outros fatores, o «Contacto com a Natureza» (48,2% de respostas) e o «Contacto com a Cultura Local» (42,1% de respostas).

Nos estudos acima referenciados, à exceção do estudo de (Silva, 2006) a «Tranquilidade e o Descanso» não figurava nas motivações principais, estas eram compostas essencialmente pela descoberta do território, pelo contacto com a natureza através de férias ativas e pelo carácter rural da localidade. Em estudos mais recentes (Mendes, 2010; Jesus, Kastenholz e Figueiredo, 2008) a «tranquilidade» começa a figurar como uma das motivações principais. Um outro fator de opção pelo turismo rural que se distinguiu, nos visitantes da Madeira, foi o «Contacto com a Cultura Local». Para os visitantes que selecionaram esta opção a principal atividade que preferiram realizar na Madeira foi «Experimentar a Gastronomia Tradicional».

A duração da visita, no caso da Madeira parece ser superior. Enquanto nos estudos acima mencionados foi apontada uma duração média de visita de «3 dias», no caso da Madeira a duração média oscilou entre as «4 e 7 noites». Esta opção poderá derivar da insularidade da Madeira que provoca custos superiores de transporte-acessibilidade, motivando o visitante a prolongar o tempo de estadia. Por outro lado, como o visitante das Casas de Campo procura a Madeira com o intuito primordial de encontrar «Tranquilidade e Descanso», poderá preferir estadias mais prolongadas.

Hipótese Três – As motivações turísticas deste visitante não se fundamentam unicamente no património natural. O património cultural da Ilha possui uma relativa representatividade.

Os resultados do inquérito por questionário lançado aos visitantes das Casas de Campo revelaram que para 64,6% dos visitantes, a principal motivação turística foi praticar «Turismo». De acordo com a definição de Turismo, este tipo de resposta pode ser indicativo de que estes visitantes pretendiam usufruir da oferta turística da região em geral, sem que existisse um único motivo específico para a realização da visita. No entanto, outros visitantes demonstraram possuir motivações específicas ligadas, sobretudo, ao interesse pela natureza (18,9%), ao interesse gastronómico (6,1%), ao interesse pela zona (5,5%) e ao interesse pela cultura tradicional (2,4%).

Por outro lado, quando questionados sobre os fatores que os motivaram a escolher uma unidade de alojamento rural, neste caso específico, uma Casa de Campo, a variável com maior número de respostas foi a «Tranquilidade e Descanso», seguida de perto pelo «Contacto com a Natureza» e pelo «Contacto com a Cultura Local». Em quarto plano surgiram o «Ambiente Familiar» e o «Contacto com a População Local».

Apesar do «Contacto com a Natureza» emergir em segundo plano e o «Contacto com a Cultura Local» em terceiro plano, gostaríamos de salientar que a diferença entre ambos foi diminuta em relação ao número de respostas.

Em todo o caso, convém ter em consideração que o material de divulgação das Casas de Campo por parte dos proprietários, oferece uma imagem com um destaque predominante para o património natural em detrimento do património cultural, quer nas descrições das casas, quer nas atividades sugeridas aos visitantes, pelo que julgamos que este facto possa ter interferido nos resultados dos questionários aos visitantes.

Analisámos os resultados relativos às atividades realizadas pelos visitantes, numa tentativa de compreendermos melhor as respetivas motivações turísticas. Aferimos que as atividades incidiram sobretudo na natureza (82,9% de respostas), no desejo de experimentar a gastronomia tradicional (78,7% de respostas) e que um número razoável de visitantes (40,2%) realizou atividades culturais.

Ao longo das visitas às Casas de Campo e entrevistas aos proprietários/representantes colocámos algumas questões sobre os visitantes e

confirmámos que alguns dos principais intervenientes neste processo, não possuíam um conhecimento aprofundado sobre as motivações turísticas dos mesmos.

Segundo os proprietários/representantes, os visitantes ocupavam o seu tempo essencialmente em três tipos de atividades, por ordem de importância decrescente consoante o número de respostas obtidas: «Atividades Culturais» (94%), «Atividades na Natureza» (69%), «Outras (Piscina/Leitura)» (31%).

Em resumo, o motivo principal de opção por uma Casa de Campo na Madeira foi maioritariamente a «Tranquilidade e o Descanso», embora possa sofrer alterações de acordo com o motivo principal da visita. No entanto gostaríamos de realçar que mesmo para os visitantes cujo principal motivo da visita foi o «Interesse pela Natureza», a resposta ao motivo que os levou a optar por uma Casa de Campo foi a «Tranquilidade e o Descanso». Quanto às atividades realizadas pelos visitantes das Casas de Campo na Madeira, foram por ordem decrescente de importância: atividades na natureza, experimentar a gastronomia regional, comprar produtos tradicionais da zona e atividades culturais.

Pelo maior número de respostas somos levados a concluir que o património natural é mais procurado que o cultural, embora as últimas três atividades selecionadas correspondam ao património cultural de uma região. Na realidade, foram poucos os visitantes que responderam a uma única variável nesta questão, a maioria respondeu afirmativamente, como já referimos anteriormente, a duas variáveis: atividades na natureza e experimentar a gastronomia regional.

Apesar de julgarmos que para a maioria dos visitantes das Casas de Campo na Madeira, quer o património natural, quer o cultural sejam recursos turísticos com idêntico protagonismo na seleção da Ilha para a prática do turismo rural, reconhecemos que a relação entre o TER e o património natural na Madeira é superior à do património cultural, apesar desta última estar a ser descurada na divulgação e comercialização da oferta Turística do TER na Madeira.

Hipótese Quatro – A oferta turística das Casas de Campo não se encontra perfeitamente adequada à procura turística.

Na análise da adequação da oferta à procura turística nas Casas de Campo foram apreciados os elementos que compunham essa oferta, o grau de satisfação do visitante e o nível de procura ocorrido.

Neste momento, dos elementos que compõem a oferta turística importa referir essencialmente as unidades de alojamento, uma vez que os restantes recursos turísticos já foram abordados na parte relativa ao património natural e cultural.

Para a maioria dos proprietários o investimento nestas Casas de Campo foi fruto da necessidade de manter economicamente um edifício que haviam comprado inicialmente para uso próprio ou que haviam herdado e não como resultado de uma forte motivação para o setor turístico. Apesar de não ser obrigatório para esta modalidade TER, seria conveniente que o proprietário ou o seu representante habitasse no empreendimento ou na proximidade do mesmo. Nas entrevistas efetuadas constatámos que nenhum dos proprietários/representantes habitava na Casa, à exceção de dois proprietários (12%) que confirmaram residir na proximidade das mesmas.

Um outro fator com possíveis repercussões neste processo reside no número reduzido de unidades de alojamento destes empreendimentos (uma média de cinco), face ao número máximo exigido por lei (15), o que representa 33% da capacidade de alojamento que poderiam atingir. A agravar esta situação, algumas das Casas de Campo constituídas por um único edifício, devido à estrutura do mesmo, os proprietários optaram por reservar a casa na totalidade, independentemente de ser ocupada por duas ou mais pessoas. Este cenário poderá posteriormente repercutir-se nas taxas de ocupação-cama e na própria rentabilização da Casa de Campo.

No que concerne o serviço de refeições principais estes empreendimentos turísticos cumpriam os requisitos legais, o mesmo não acontecia em analogia com os pequenos-almoços. De acordo com a lei, o pequeno-almoço é um serviço que deverá estar incluído no preço do alojamento. Reconhecemos que unicamente cinco empreendimentos (31%), cumpriam esse requisito legal. Uma das Casas de Campo (6%) informou-nos que fornecia pequenos-almoços se o hóspede solicitasse com antecedência e pagasse o respetivo suplemento.

Nos serviços de atividades complementares de animação, 14 empreendimentos (88%) confirmaram não brindar os seus hóspedes com qualquer tipo de animação, enquanto dois empreendimentos (12%) atestaram que os seus hóspedes eram convidados a participar nas lides agrícolas.

Dos inquiridos, 11 empreendimentos (69%) não comercializavam qualquer produto, três (19%) ofereciam unicamente produtos produzidos na própria Casa, um (6%) vendia produtos da região e outro (6%) comercializava os dois tipos de produtos, os da região e os produzidos na Casa.

Na sequência das nossas visitas observámos que na maioria dos jardins dos empreendimentos existiam árvores de fruta, cujos frutos eram oferecidos aos visitantes a título gratuito. Atitude que segundo a opinião dos proprietários, era muito elogiada pelos hóspedes.

No campo dos tópicos de informação escrita que deve ser legalmente disponibilizada aos visitantes, o cenário que encontramos, não cumpria inteiramente os requisitos legais. Em nossa opinião, as principais lacunas incidiam na informação relativa ao património regional da localidade, situação igualmente espelhada nos *sites* próprios das Casas, na Internet.

O grau de satisfação dos visitantes em relação à unidade de alojamento revelou que os empreendimentos da amostra primavam pela hospitalidade no atendimento, pelo estilo arquitetónico, equipamento, decoração, localização, arredores e limpeza. As pontuações ligeiramente inferiores recaíram nas variáveis relativas ao «Contacto com os Proprietários do Alojamento», ao «Profissionalismo no Atendimento» e à «Relação Qualidade/Serviços/Preço». As mais baixas centraram-se nas variáveis «Acesso às Novas Tecnologias», «Informação sobre a Localidade», «Alimentação» e «Animação». As duas últimas por serem inexistentes em algumas Casas de Campo registaram um alto índice de visitantes que não lhes atribuíram qualquer classificação.

Na entrevista efetuada à Associação Madeira Rural (MR), as classificações obtidas relativamente às unidades de alojamento revelaram ligeiras diferenças, apesar de em termos gerais reconfirmarem a opinião dos visitantes. De acordo com a MR, as variáveis destacadas como aspetos a melhorar, no universo em estudo foram: «Atendimento Pessoal: Profissionalismo», «Contacto com os Proprietários do Estabelecimento», «Sustentabilidade» e «Informação sobre a Localidade». Quanto às variáveis «Alimentação» e «Animação», a MR, à semelhança de muitos dos visitantes, optou por não atribuir classificação, por considerar que eram inexistentes na maioria das Casas de Campo.

Dos resultados obtidos apurámos que a maioria dos visitantes (77,4%) ficou com uma imagem satisfatória da unidade turística ao ponto de recomendá-la ou mesmo regressar. No entanto, 21,3% não reteve essa imagem, pelo que, nem ponderou «recomendar» o empreendimento a ninguém, o que considerámos um valor relativamente elevado e pouco favorável para algumas unidades turísticas.

Solicitámos aos visitantes que nos oferecessem sugestões para a melhoria das unidades de alojamento no futuro. Apesar das respostas a esta questão terem sido

reduzidas, os juízos versaram sobre a «Animação», o «Contacto com a População Local», «Mais Informação», «Visitas Guiadas» e «Serviços de GPS». Os últimos três temas, apesar de terem sido respondidos separadamente, poderiam estar agrupados num único comentário «Mais Informação». A nossa opinião fundamentou-se no facto de que na Madeira existem visitas guiadas de qualquer tipo e qualquer agência de viagens está apta a oferecer a um turista uma visita guiada específica, desde que solicitada. Se um visitante não teve conhecimento dessa hipótese foi porque não foi devidamente informado. Quanto à carência de serviços de GPS, regista-se novamente uma falta de informação, porque existem aplicações gratuitas para telemóveis e outro tipo de tecnologia, disponibilizadas em diferentes *sites* da Internet e em especial, no *site* oficial da Direção Regional de Turismo da Madeira.

Outra achega que nos revelou mais um pouco sobre a adequação da oferta à procura turística foi o exame ao grau de satisfação dos visitantes em relação à localidade onde haviam ficado alojados. De acordo com os resultados apurados, as classificações mais elevadas, centraram-se nas seguintes variáveis: «Autenticidade da Paisagem»; «Hospitalidade da População Local»; «Gastronomia Regional»; «Conservação da Arquitetura Tradicional». As classificações médias incidiram nas variáveis: «Infraestruturas de Acesso a esta Localidade»; «Costumes e Tradições»; «Horário de Abertura dos Recursos Turísticos»; «Variedade de Oferta de Serviços»; «Sinalização Turística»; «Museus e Atrações Culturais» e «Festivais e Eventos». A média inferior das classificações registou-se numa única variável: «Serviços dos Postos de Informação Turística».

A maioria destes visitantes efetuou a sua reserva através da Internet ou diretamente com os proprietários/representantes das Casas de Campo onde ficaram alojados, pelo que não receberam a «assistência» que é normalmente concedida pelas agências de viagens locais, isto é, não usufruíram de uma reunião de informação aquando da sua chegada, efetuada por um profissional de informação turística. Essa reunião, quando acontece nas Casas de Campo, é efetuada pelo proprietário/representante do empreendimento, o qual nem sempre tem formação na área turística. Por outro lado, atualmente existem apenas 7 postos de informação turística ao longo da Ilha, três no Funchal, um na Ribeira Brava, um no Porto Moniz, um em Santana e um em Santa Cruz (<http://www.visitmadeira.pt>, 2013). Os restantes concelhos não possuem postos de informação turística. Neste cenário, onde a informação concedida a estes visitantes pode ter sido diminuta, são compreensíveis,

quer as classificações médias que foram atribuídas aos «Costumes e Tradições», à «Variedade de Oferta de Serviços», aos «Museus e Atrações Culturais», aos «Festivais e Eventos», quer a classificação mais baixa de todas as variáveis, a atribuída aos «Serviços dos Postos de Informação Turística».

Por outro lado, temos conhecimento de que a divulgação na Ilha das variáveis relacionadas com a cultura é muito fraca. O próprio *site* oficial da Direção Regional de Turismo da Madeira não disponibiliza informação suficiente sobre as atrações culturais, em especial no que concerne aos festivais e eventos.

As variáveis que dominaram as melhores classificações foram as que não estão diretamente dependentes de uma melhor ou pior informação/divulgação, foi aquilo que o turista encontra, sem grande esforço, em qualquer ponto da Ilha:

- Autenticidade da Paisagem;
- Hospitalidade da População Local;
- Gastronomia Regional;
- Conservação da Arquitetura Tradicional.

Segundo a Associação Madeira Rural, existe uma boa oferta de recursos turísticos nos diferentes concelhos da Madeira. Dependendo dos concelhos, nuns predominam os recursos naturais, noutros os culturais. Quanto aos Eventos/Festivais, Costumes e Tradições e Gastronomia Regional, a MR opinou que a divulgação e exploração eram reduzidas, pelo que deveriam ser dinamizadas.

Quanto à procura turística das Casas de Campo na Madeira, o estudo efetuado revelou-nos que esta se tem concentrado essencialmente nos meses de verão, apontando para uma distribuição sazonal das dormidas ao longo do ano, fortemente acentuada.

O resultado da taxa de sazonalidade em 2012 evidenciou que durante os meses de verão (maio, julho e agosto) se registaram na Madeira 37,9% do total das dormidas das Casas de Campo, o que traduz um elevado grau de sazonalidade. Através do índice de amplitude sazonal (Ias), que mede as alterações dos afluxos turísticos entre os meses de verão e os de inverno, efetuámos a relação entre o número de dormidas nos meses de verão (de abril a setembro) e nos meses de inverno (janeiro a março e outubro a dezembro). O valor obtido de Ias em 2012 significou que nos meses de verão se registaram 1,97 vezes mais dormidas do que no inverno, o que nos mostrou a existência de dificuldades a solucionar quanto ao escalonamento temporal dos movimentos turísticos nas Casas de Campo.

À semelhança da análise que apresentámos para o TER no Arquipélago da Madeira, as taxas de ocupação-cama das Casas de Campo estavam muito aquém dos valores das taxas da hotelaria em geral no Arquipélago. No entanto, se comparadas com as do TER em geral, no período análogo, o resultado seria favorável às Casas de Campo. O ano de 2012 foi o que registou uma taxa de ocupação-cama mais elevada, na ordem dos 28,4%. Apesar de ter sido superior à dos anos anteriores, foi uma taxa consideravelmente baixa pelo que podemos concluir que a oferta foi superior à procura. Os dados parecem indicar que neste momento, os cinco principais mercados emissores encontram-se em fase de recuperação e se perspetiva consequentemente uma elevação das taxas.

Com base nos resultados obtidos e na informação recolhida através das diferentes entrevistas efetuadas, podemos concluir que a Oferta Turística das Casas de Campo na Madeira não se encontra devidamente adequada à respetiva Procura.

Hipótese Cinco – A elaboração de um Guia de Boas Práticas dirigido às Casas de Campo é fundamental para o desenvolvimento sustentável deste tipo de turismo.

Durante as entrevistas aos proprietários/representantes das Casas de Campo e aquando das visitas realizadas aos empreendimentos turísticos da amostra, foram várias as situações que presenciámos que não se adequavam à legislação aplicável, nem a um serviço de qualidade que satisfaça as expectativas dos visitantes. Por outro lado, os resultados dos inquéritos por questionário lançados aos visitantes corroboraram essa realidade e fundamentam a necessidade da existência de um guia de boas práticas que contribua para o desenvolvimento sustentável deste segmento turístico.

Entre as diversas situações a colmatar, julgamos pertinente referir, a título de exemplo, a conveniência num serviço mais profissional; a necessidade de afixação da placa identificativa da classificação do empreendimento turístico, junto à entrada principal, no exterior, assim como a divulgação dessa classificação na promoção turística da Casa; a importância de uma certificação de qualidade ou ambiental; a relevância da informação disponibilizada pela unidade turística sobre a localidade ou região, em particular ao nível dos eventos e das atrações culturais; o acesso a novas tecnologias, em especial à «Internet»; a oferta de animação aos hóspedes, centrada nos recursos culturais da Madeira; a melhoria da promoção turística nos diferentes canais de

divulgação, designadamente na Internet; o desenvolvimento de um contacto assíduo entre o proprietário/representante e o visitante, assim como o cumprimento da legislação aplicável.

Ao conceber um guia de boas práticas dirigido às Casas de Campo na ilha da Madeira foi nossa pretensão que a investigação realizada transpusesse o âmbito estritamente académico e que pudesse servir a sociedade. Oferece-se assim uma perspectiva aplicada que possa incentivar os proprietários destes empreendimentos turísticos a melhorar de forma contínua a qualidade dos seus serviços e desta forma contribuir para o desenvolvimento sustentável desta modalidade TER, com impactos positivos tanto na economia, como nos aspetos relacionados com a sociedade e a cultura e, com o meio ambiente.

O conjunto de boas práticas do guia apresentado, ambicionou ser um instrumento útil para o trabalho diário que poderá ser explorado e melhorado consoante as necessidades. Para a sua elaboração, foram preciosos os dados recolhidos através dos questionários, das entrevistas e das visitas realizadas aos empreendimentos turísticos, assim como a legislação e a norma portuguesa aplicáveis às Casas de Campo.

O documento arrola princípios e recomendações sendo a sua principal função orientar a prática turística, tendo como objetivo final a promoção da qualidade dos serviços prestados por estes empreendimentos turísticos que apesar de possuírem uma capacidade de alojamento diminuta, podem alcançar uma forte relevância no desenvolvimento do turismo.

O guia de boas práticas elaborado, dirigiu-se às Casas de Campo e deve ser encarado como um guia em progresso que não se esgota na presente investigação e, como uma iniciativa que deve ser alargada a outras entidades, atendendo à sua contribuição para o desenvolvimento e manutenção da sustentabilidade do TER na Madeira.

6.3 CONCLUSÕES GERAIS

Acreditamos ter deixado suficientemente documentado, no estudo desenvolvido e nas sínteses e conclusões específicas, o contributo das Casas de Campo no desenvolvimento do TER na ilha da Madeira e na sua marcante relação com o património regional.

Com base nas diferentes conclusões extraídas desta investigação, importa sublinhar como conclusão final algumas ideias-chave.

O turismo pode causar efeitos positivos ou negativos de carácter económico, sociocultural e ambiental. No caso do turismo rural na Madeira, em particular na modalidade Casas de Campo não encontramos efeitos negativos. Para isso pode ter contribuído a procura relativamente reduzida registada por este tipo de turismo e consequentemente uma baixa intensidade de utilização dos recursos.

No que concerne a influência na economia de forma direta, observámos que as Casas de Campo contribuíram numa escala diminuta para a criação de emprego, embora tenham dinamizado o tecido empresarial.

De forma mais indireta, por via do investimento realizado na criação ou restauração dos empreendimentos turísticos, no desenvolvimento do comércio e de outros serviços na localidade, é provável que este tipo de turismo esteja a concorrer para a promoção de emprego e para a fixação da população local, embora numa escala reduzida, em comparação com as baixas taxas de ocupação que exhibe e a falta de articulação com outros produtos turísticos no âmbito da cultura e da animação.

A nível sociocultural, o turismo das Casas de Campo tem incentivado a preservação e restauração de monumentos, edifícios e lugares históricos, assim como tem favorecido a revitalização dos costumes e tradições, do artesanato e em especial da gastronomia.

O património natural da Madeira e sobretudo os passeios a pé ao longo das Levadas são um forte atrativo turístico da Ilha. No entanto, não existe uma linha de atuação específica para o turismo rural. Seria necessário melhorar a promoção desta vertente, conjugando o turismo rural e o património natural para que o turismo em espaço rural, e as Casas de Campo em particular pudessem contar com condições mais atrativas para o seu desenvolvimento.

Por outro lado, atendendo à importância do património cultural da Ilha, às motivações destes visitantes e à débil informação e divulgação desta vertente, a Madeira deveria articular iniciativas de promoção e de divulgação dos museus, atrações turísticas, festivais e eventos, assim como iniciativas de aperfeiçoamento no âmbito dos horários de abertura destes recursos turísticos, da sinalização dos mesmos e dos serviços dos postos de informação turística.

Todavia no contorno do património cultural, gostaríamos de ressaltar a gastronomia, uma vez que a sua continuidade está dependente da sua transmissão e manutenção, de geração em geração. O turismo tem desempenhado um papel fundamental na sua recuperação e preservação. Em grande parte, graças ao turismo a gastronomia madeirense galgou a esfera familiar para a comercial.

Os proprietários e a Associação Madeira Rural também apelaram para uma melhor divulgação dos recursos turísticos da região, em especial do património cultural, na linha que referimos, ao mesmo tempo que acentuaram a necessidade de incrementar o associativismo.

Precisamente o associativismo é outro dos planos frágeis do TER na Madeira. Uma das realidades identificadas no decurso desta investigação foi a de que as Casas de Campo eram empresas pequenas, de natureza familiar, onde os proprietários exerciam simultaneamente as funções de gestão da Casa com o desempenho de outras atividades profissionais, para além de que a maioria carecia de prévia experiência profissional no setor do turismo. Perante este cenário seria fulcral que estas casas se associassem a organizações que pudessem ajudá-las a desenvolver o seu negócio, contribuindo assim para uma melhor qualidade dos serviços prestados aos turistas.

Compete ainda apontar que a procura turística das Casas de Campo ostenta uma distribuição sazonal muito acentuada nos meses de verão, pelo que julgamos conveniente atenuá-la, recorrendo a um planeamento estratégico e específico para este setor que potencie o aumento da procura turística nas épocas baixas. Normalmente este tipo de sazonalidade pode ser atenuado se forem tomadas medidas como, por exemplo, a criação ou divulgação de atrativos nas épocas baixas, ou o desenvolvimento de produtos ou atividades próprios da região. Neste contexto, seria relevante o lançamento de estudos sobre quais os atrativos a desenvolver nas épocas baixas, analisando a possibilidade de desenvolver preferencialmente os produtos ou as atividades tradicionais e regionais.

Por último, ressaltamos que na Madeira não existe uma associação que se dedique exclusivamente ao TER. A Associação Madeira Rural é a única que possui uma central de reservas *online*, mas que para além dos empreendimentos TER, representa outro tipo de empreendimentos turísticos no arquipélago, sem efetuar de forma perceptível uma distinção entre os mesmos. Seria conveniente que esta associação estabelecesse uma diferença substancial entre uns e outros para que o visitante ao efetuar a sua reserva *online* tivesse pleno conhecimento das características dos mesmos, isto é, verificar se é ou não uma unidade de alojamento devidamente licenciada como TER. Por outro lado, a referida associação não desenvolve ações de autoavaliação, nem inquéritos sobre o grau de satisfação dos utentes. Consideramos que através da central de reservas e à semelhança de outras centrais de reservas *online*, deveriam lançar questionários *online* aos visitantes, o que promoveria uma melhor oferta e informação disponibilizada.

Concluímos, neste momento, uma investigação que nos levou a rumos que não haviam sido traçados inicialmente e que, por isso, abre novas perspetivas para além dos objetivos e do âmbito do estudo proposto. Um exemplo, neste contorno, está relacionado com a questão da promoção e divulgação das Casas de Campo na Internet, que deveria ser um foco para futuras investigações, uma vez que constatámos uma falta de estratégia dos proprietários, tanto na construção dos *sites* próprios das Casas, como nos conteúdos disponibilizados e na seleção dos *sites* onde decidiram investir. A melhoria neste campo é transcendente, pois recordemos que estes visitantes recolhem informação e efetuam as suas reservas essencialmente pela Internet. Por outro lado, a presente investigação debruçou-se nas Casas de Campo mas, evidentemente, seria útil a realização de estudos análogos nas restantes modalidades do TER na Madeira, embora essa linha também excedesse os nossos objetivos.

BIBLIOGRAFIA E FONTES DOCUMENTAIS

BIBLIOGRAFIA

AAVV (1990). *Dicionário Enciclopédico da História de Portugal*. Vol. II, Lisboa, Alfa.

AAVV (1993). *Seminário sobre a Exclusão Social e Turismo Rural*. Coimbra, CCRC, DRCC.

AAVV (2000). *I Jornadas sobre Turismo, Património e Ambiente: o Concelho de Silves em Debate: Comunicações*. Silves, Câmara Municipal de Silves.

AAVV (2001). *Turismo em Espaço Rural*. Porto, Vida Económica.

AAVV (2004). *As Ilhas Selvagens*. Funchal, Secretaria Regional do Ambiente e dos Recursos Naturais - Serviço do Parque Natural da Madeira.

AAVV (2005). *As Ilhas Desertas*. Funchal, Secretaria Regional do Ambiente e dos Recursos Naturais - Serviço do Parque Natural da Madeira.

AAVV (2005). *Geografia Universal, Grande Atlas do Século XXI*. Lisboa, Planeta De Agostini.

AAVV (2009). *Carta de Bruxelas sobre el Papel del Patrimonio Cultural en la Economía, y para la Creación de una Red Europea de su Reconocimiento y Difusión*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em WWW: <URL: <http://www.igespar.pt>>.

AAVV (2011). *Dicionário de Língua Portuguesa*. Porto, Porto Editora.

AAVV (2012). *Guia de Boas Práticas de Acessibilidade em Hotelaria*. [Em linha]. [Consult. 22-VIII-2013]. Disponível em www: <URL: <http://www.turismo de portugal.pt>>.

AAVV (2013a). «Calheta (Madeira)». In *Infopédia*. [Em linha]. [Consult. 02-V-2013]. Porto: Porto Editora, 2003-2013. Disponível na www: <URL: [http://www.infopedia.pt/\\$calheta-\(madeira\)](http://www.infopedia.pt/$calheta-(madeira))>.

AAVV (2013b). «Câmara de Lobos». In *Infopédia*. [Em linha]. [Consult. 02-V-2013]. Porto: Porto Editora, 2003-2013. Disponível na www: <URL: [http://www.infopedia.pt/\\$camara-de-lobos](http://www.infopedia.pt/$camara-de-lobos)>.

AAVV (2013c). «Funchal». In *Infopédia*. [Em linha]. [Consult. 03-V-2013]. Porto: Porto Editora, 2003-2013. Disponível na www: <URL: [http://www.infopedia.pt/\\$funchal](http://www.infopedia.pt/$funchal)>.

AAVV (2013d). «Machico». In *Infopédia*. [Em linha]. [Consult. 03-V-2013]. Porto: Porto Editora, 2003-2013. Disponível na www: <URL: [http://www.infopedia.pt/\\$machico](http://www.infopedia.pt/$machico)>.

AAVV (2013e). «Ponta do Sol». In *Infopédia*. [Em linha]. [Consult. 03-V-2013]. Porto: Porto Editora, 2003-2013. Disponível na www: <URL: [http://www.infopedia.pt/\\$ponta-do-sol](http://www.infopedia.pt/$ponta-do-sol)>.

AAVV (2013f). «Porto Moniz». In *Infopédia*. [Em linha]. [Consult. 03-V-2013]. Porto: Porto Editora, 2003-2013. Disponível na www: <URL: [http://www.infopedia.pt/\\$porto-moniz](http://www.infopedia.pt/$porto-moniz)>.

AAVV (2013g). «Ribeira Brava». In *Infopédia*. [Em linha]. [Consult. 04-V-2013]. Porto: Porto Editora, 2003-2013. Disponível na www: <URL: [http://www.infopedia.pt/\\$ribeira-brava](http://www.infopedia.pt/$ribeira-brava)>.

AAVV (2013h). «Santa Cruz». In *Infopédia*. [Em linha]. [Consult. 04-V-2013]. Porto: Porto Editora, 2003-2013. Disponível na www: <URL: [http://www.infopedia.pt/\\$santa-cruz](http://www.infopedia.pt/$santa-cruz)>.

AAVV (2013i). «Santana (Madeira)». In *Infopédia*. [Em linha]. [Consult. 04-V-2013]. Porto, Porto Editora, 2003-2013. Disponível na www: <URL: [http://www.infopedia.pt/\\$santana-\(madeira\)](http://www.infopedia.pt/$santana-(madeira))>.

AAVV (2013j). «São Vicente (Madeira)». In *Infopédia*. [Em linha]. [Consult. 04-V-2013]. Porto: Porto Editora, 2003-2013. Disponível na www: <URL: [http://www.infopedia.pt/\\$sao-viceinte-\(madeira\)](http://www.infopedia.pt/$sao-viceinte-(madeira))>.

ALBIZZI, Le Marquis Degli (1888). *Six Mois à Madère*.

ALVARES, Daniela e LOURENÇO, Julia (2007). «Modelo de Ciclo de Vida do Turismo: Uma Ferramenta para a Gestão do Turismo Rural Aplicada à Ilha da Madeira», *Anais do 6º Congresso Brasileiro de Turismo Rural, Cultura no Turismo Rural*. São Paulo. [Em linha]. [Consult. 10-V-2012]. Disponível em [www: <URL: http://repositorium.sdum.uminho.pt>](http://repositorium.sdum.uminho.pt).

ANTÓN CLAVE, Salvador (Coord.) (2005). *Planificación Territorial del Turismo*. Barcelona, Editorial UOC.

ANTUNES, Manuel (1999). *Teoria da Cultura*. Lisboa, Edições Colibri.

AP Madeira (2012). *Associação de Promoção da RAM*. [Em linha]. [Consult. 22-VI-2012]. Disponível em [www: <URL: http:// www.ap-madeira.pt>](http://www.ap-madeira.pt).

APCER (2008). *ERS 3001, Requisitos para Certificação de Empreendimentos de TH/TER*. [Em linha]. [Consult. 11-VII-2013]. Disponível em [www: <URL: http://www.apcer.pt>](http://www.apcer.pt).

BAHIA, Breno, DIAS, Reinaldo (2010). «Identificação e Promoção do Turismo Rural como forma de Desenvolvimento de uma localidade: o caso do Município de Lagoa Santa, em Minas Gerais». Em *Revista Turismo & Desenvolvimento*. Vol. 2, Nº 13/14, Aveiro, Ed. da Universidade de Aveiro, pp. 751-759.

BATISTA, Alexandra (2008). *O turismo e a cultura enquanto estratégias de regeneração de centros históricos. O caso de Alcácer do Sal* [Texto policopiado]. Lisboa, [s.n.], Acessível na Biblioteca Nacional de Portugal.

BATISTA, Alexandra, FRREIRA, Ana (2010). «O Turismo e a Cultura enquanto estratégias de regeneração de centros históricos. O caso de Alcácer do Sal». Em *Revista Turismo & Desenvolvimento*. Vol. 2, Nº 13/14, Aveiro, Ed. Universidade de Aveiro, pp. 513-523.

BATOUXAS, Mariana (1998). *O turismo como componente das novas abordagens e propostas de desenvolvimento rural: análise exploratória de alguns instrumentos recentes de política regional na Terra Quente Transmontana* [Texto policopiado]. Lisboa, [s.n.], Acessível na Biblioteca Nacional de Portugal.

BORGES, Paulo; ABREU, Cristina et al (2008). *Listagem dos Fungos, Flora e Fauna Terrestres dos Arquipélagos da Madeira e Selvagens*. Funchal e Angra do Heroísmo, Direção Regional do Ambiente da Madeira e Universidade dos Açores.

BOTE GOMEZ, Venancio (1992). *Turismo en Espacio Rural. Rehabilitación del Patrimonio Sociocultural y de la Economía Local*. Madrid, Ed. Popular S.A.

BRASSEY, Lady Anne (1885). *In the Trades, The Tropics, & The Roaring Forties*. London, Longmans, Green, & Co.

BURNAY, Maria (2006). «O Turismo Sustentável e o Turismo de Natureza – Constrangimentos e Oportunidades». Em *Revista Turismo & Desenvolvimento*. Nº 6, Aveiro, Ed. Universidade de Aveiro, pp. 167-179.

CALDITO, Lúcia (2008). «Turismo Rural Sostenible y Marketing Turístico: Incidencia sobre el desarrollo sustentable de una zona». Em *Actas do Encontro Transfronteiriço Turismo Rural-Cultural e Desenvolvimento Sustentável*, Reguengos de Monsaraz, Município.

CAMACHO, Rui (1992). «Festas e Arraiais da Madeira». Em *Revista Xarabanda*. Nº 1, Funchal, Grafimadeira, pp. 31-36.

CÂMARA, Duarte (1997). *Guia de Campo das Aves do Parque Ecológico do Funchal e do Arquipélago da Madeira*. Funchal, Associação dos Amigos do Parque Ecológico.

CÂMARA, Paulo Perestrello da (1841). *Breve Notícia sobre a Ilha da Madeira ou Memórias sobre a sua geographia, Historia, Geologia, Topographia, Agricultura, Commercio, etc..* Lisboa, Typographia das Bellas Artes.

CÂMARA, Teresa (1994). «Arte popular efémera. Os tapetes de flores». Em *Revista Xarabanda*. Nº 5, Funchal, Grafimadeira, pp. 29-31.

CÂMARA, Teresa (1996). «Os objectos criados pelo homem, uma necessidade ou deleite?!». Em *Revista Xarabanda*. Nº 10, Caniço, Grafimadeira, pp. 32-35.

CARDOSO, António, DURBIANO, Claudine e GONÇALVES, Eduardo (edts) (2009). *Turismo: Enoturismo e turismo em espaço rural / I Jornadas Internacionais sobre Enoturismo e Turismo em Espaço Rural*. Maia, I.S.M.A.I.

CARITA, Rui (1982). *Paulo Dias de Almeida e a Descrição da Ilha da Madeira*. Funchal, DRAC.

CARNEIRO, Maria, COSTA, Carlos e CROMPTON, John (2006). «A escolha do Destino Turístico a Visitar – Motivos da Visita a Áreas Protegidas». Em *Revista Turismo & Desenvolvimento*. Nº 6, Aveiro, Ed. Universidade de Aveiro, pp. 109-123.

CARQUEJA, Maria Carlota (1998). *Turismo no espaço rural como alternativa de desenvolvimento: um estudo de caracterização e de avaliação da actividade em duas regiões do interior norte de Portugal* [Texto policopiado]. Vila Real, [s.n.]. Acessível na Biblioteca Nacional de Portugal.

CARVALHO, Aline (2008). «Património e Diversidade: Algumas Questões para Reflexão». Em *IV Encontro de História da Arte – IFCH/UNICAMP*. [Em linha]. Campinas. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em WWW: <URL: <http://http://www.unicamp.br/chaa/eha/atas/2008>>.

CARVALHO, Inês, BAPTISTA, Maria e COSTA, Carlos (2010). «As Redes em Turismo Cultural: Um Olhar sobre a relação entre Turismo e Cultura». Em *Revista Turismo & Desenvolvimento*. Vol. 1, Nº 13/14, Aveiro, Ed. Universidade de Aveiro, pp. 243-252.

CASQUEIRA, Fernando (1992). *A possibilidade de turismo em espaço rural no Concelho de Odemira: para uma reabilitação do património cultural local* [Texto policopiado]. Lisboa, [s.n.], Acessível na Biblioteca Nacional de Portugal.

CATIBOG-SINHA, Corazon e WECHTUNYAGUL, Pairin (2011). «Natural and Cultural Heritage. Perceived Importance for Tourism: A Case Study in Thailand». Em *Journal of Tourism and Sustainability*, Nº 1. Lisboa, Associação de Estudos e Investigação Científica do ISLA, pp. 29-42.

CAVACO, Carminda (1999). «Comércio Retalhista em Espaço Rural: Principais Tendências». Em *Finisterra*, XXXIV, 67-68, pp. 121-129.

CAVACO, Carminda (2004). «Desafios de Desenvolvimento Rural». Em *Finisterra*, XXXIX, 78, pp. 99-112.

CAVACO, Carminda e MORENO, Luís (2006). «Não tem sentido separar o mundo rural do urbano». Em *Jornal de Animação da Rede Portuguesa Leader+*, Pessoas e Lugares, II Série, Nº 41, pp.4-6.

CE (1993). *Pour une Signalétique Européenne Harmonisée dans le domaine du Tourisme Rural et Analyse des Circuits d'Information, de Distribution et de Vente*. Luxemburg, Office des Publications Officielles des Communautés Européennes.

CENSOS (2011). *XV Recenseamento Geral da População. Resultados Definitivos: Região Autónoma da Madeira*. [Em linha]. Funchal. [Consult. 20-XI-2012]. Disponível em [www: <URL: censos.ine.pt>](http://www.censos.ine.pt).

CERRO, Ana, MOGOLLÓN, José e ALVES, Helena (2010). «Marketing Relacional e Turismo: a fidelização de clientes no Turismo Rural, proposta de um modelo para o seu estudo». Em *Revista Turismo & Desenvolvimento*. Vol.1, Nº 13/14, Aveiro, Ed. da Universidade de Aveiro, pp. 231-241.

CHOAY, Françoise (2008). *A Alegoria do Património*. Lisboa, Edições 70.

CIC (2000). *Carta de Cracóvia*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em [www: <URL: http:// www.igespar.pt>](http://www.igespar.pt).

CINTRA, Vítor (2000). *Poemas ao Acaso*, [s.l.].

CLODE, Luiza e ADRAGÃO, José (1989). *Madeira, Novos Guias e Portugal*. Lisboa, Editorial Presença.

COE (1954). *European Cultural Convention – Convenção de Paris*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em [www: <URL: http://conventions.coe.int>](http://conventions.coe.int).

COE (1969). *European Convention on the Protection of the Archaeological Heritage – Carta de Londres*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em [www: <URL: http://conventions.coe.int>](http://conventions.coe.int).

COE (1975). *Carta Europeia do Património Arquitetónico*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em [www: <URL: http:// www.igespar.pt>](http://www.igespar.pt).

COE (1985). *Convenção para a Salvaguarda do Património Arquitectónico da Europa*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em www: <URL: <http://www.igespar.pt>>.

COE (1992). *Convenção Europeia para a Protecção do Património Arqueológico (Revista)* – Convenção de Malta. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em www: <URL: <http://www.igespar.pt>>.

COE (2005). *Convenção de Faro*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em www: <URL: <http://www.igespar.pt>>.

COMISSÃO EUROPEIA (2000). *Para um turismo rural de qualidade – Gestão integrada da qualidade (GIQ) dos destinos turísticos rurais*. [Em linha]. [Consult. 18-VII-2013]. Disponível em www: <URL: <http://bookshop.europa.eu>>.

COOPER, Chris et al (1993). *Tourism Principles and Practice*. Pitman publishing, Great Britain.

COSTA, Pedro (2007). *A Cultura em Lisboa, Competitividade e Desenvolvimento Territorial*. Lisboa, Imprensa de Ciências sociais da Universidade de Lisboa.

CRAVIDÃO, Fernanda e FERNANDES, João (2004). «Urbano e Rural: a convergência de dois conceitos ou outros modos de “olhar” o território?». Em *Revista Portuguesa de História*, t. XXXVI, vol. 2, (2003-2004), pp. 417-429.

CRAVIDÃO, Fernanda e MARUJO, M. Noémi (2012). «Turismo e Lugares: uma visão geográfica». Em *Revista Pasos*, Revista de Turismo e Património Cultural, Vol. 10, nº 3, pp. 281-288. Disponível em www: <URL: <http://www.pasosonline.org>>.

CUNHA, Licínio (2007). *Introdução ao Turismo*. 3ª ed. Lisboa e São Paulo, Verbo.

CUNHA, Licínio (2008). «Avaliação do Potencial Turístico». Em *Journal of Tourism Studies*. [Em linha]. [Consult. 20-X-2012]. Disponível em www: <URL: <http://www.revistas.ulusofona.pt>>.

CUNHA, Luís Filipe (1986). *Turismo de Habitação, Turismo Rural, Agroturismo: Acção de Sensibilização: Cursos Empresários Agrícolas, a Mulher e a Agricultura*. Porto, Dir. Regional de Agricultura de Entre Douro e Minho.

CUNHA, Luís Filipe (1988). *Turismo em Espaço Rural: Algumas Considerações*. Porto, Div. de Documentação e Informação da Dir. Regional de Agricultura de Entre Douro e Minho.

DAVEAU, Suzanne (1995). *Portugal Geográfico*. Lisboa, Edições João Sá da Costa.

DF (2010). *Diocese do Funchal, Festas Religiosas*. [Em linha]. [Consult. 16-VIII-2012]. Disponível em www: <URL: <http://www.diocesedofunchal.pt>>.

DIAS, Salvador (2001). «O Turismo em Espaço Rural e o seu Impacto no Desenvolvimento». Em *Turismo em Espaço Rural*, Porto, Vida Económica.

DRIVER, John (1838). *Letters from Madeira in 1834; with an Appendix, Illustrative of the History of the Island, Climate, Wines, and other information up to the year 1838*. London, Longman.

DRT (2002). *Perfil do Turista*. [Em linha]. [Consult. 20-VI-2012]. Disponível em www: <URL: <http://www.visitmadeira.pt>>.

DRT (2012). *Calendário de Eventos*. [Em linha]. [Consult. 20-VIII-2012]. Disponível em www: <URL: <http://www.visitmadeira.pt/>>.

DRT (2012). *Lei orgânica da SRT*. [Em linha]. [Consult. 22-VI-2012]. Disponível em www: <URL: <http://www.visitmadeira.pt>>.

EIM/SN (1931). *Carta de Atenas*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em www: <URL: <http://www.igespar.pt>>.

EUROSTAT (1998). *Community Methodology on Tourism Statistics*, Luxembourg.

FARIA, Bernardo (Coord.) (2006). *Fauna e Flora da Madeira, Espécies Endémicas Ameaçadas e Flora Vasculare*. Funchal, Secretaria Regional do Ambiente e dos Recursos Naturais.

FERNANDES, Abel *et al* (1984). *Antologia de Textos, História da Madeira*. Funchal, Secretaria Regional da Educação.

FERNANDES, Eunice e GUERRA, Guilherme (2008). «Gestão pela Qualidade Total em Empresas Turísticas». Em *Revista Encontros Científicos - Tourism & Management Studies*, Nº 4. Faro, Universidade do Algarve, pp. 40-49.

FERP (2009). *Declaração de Viena – Um Incentivo ao Património em Período de Recessão Económica*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em www: <URL: [http:// www.igespar.pt](http://www.igespar.pt)>.

FERREIRA PIO, Manuel (2004). *Santa Cruz da Ilha da Madeira*. Funchal, O Liberal.

FERREIRA, António (2004). *Turismo no espaço rural: formas de alojamento e impactos na sub-região Minho-Lima*. [Recurso eletrónico]. Lisboa, [s.n.], Acessível na Biblioteca Nacional de Portugal.

FIGUEIRA, Ana (1998). *A Oferta do Alojamento de Turismo em Espaço Rural no Baixo Alentejo: Estudo Exploratório*. Beja, Gráfica – Ind. de Comunicação.

FIGUEIRA, Ana (Coord.) (2002). *Cozinha Madeirense*. Funchal, GRM, SRE, DRE.

FIGUEIREDO, António Manuel (2005). «As Políticas e o Planeamento do Desenvolvimento Regional». Em *Compêndio de Economia Regional*. Coimbra, Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional, pp. 477-499.

FRANQUINHO, Luís e COSTA, António (1986). *Plantas e Flores Madeira*. Funchal, Francisco Ribeiro.

FRUTUOSO, Gaspar (1873). *As Saudades da Terra*. Funchal, Tipografia Funchalense.

GARCÍA HENCHE, Blanca (2011). *Marketing del Turismo Rural*. Madrid, Ediciones Pirámide.

GARCIA, Maria de Lurdes (2005). *Vila Verde de Ficalho: evolução da paisagem rural numa freguesia do Baixo Alentejo* [Texto policopiado]. Lisboa, [s.n.], Acessível na Biblioteca Nacional de Portugal.

GONÇALVES, Luísa (1993). «400 Anos de Tradição. Botas de Vilão Ainda Calçam». Em *Revista Xarabanda*. Nº 3, Funchal, Grafimadeira, pp. 22-25.

GRABHAM, Michael C. (1870). *The Climate and Resources of Madeira, as Regarding Chiefly the Necessities of Consumption and the Welfare of Invalids*. London, John Churchill & Sons.

HALL, C. Michael, WILLIAMS, Allan M. e LEW, Alan A. (2004). «Turismo: Conceitos, Instituições e Temas». Em Alan A. Lew, C. Michael Hall e Allan M. Williams, *Compêndio de Turismo*. Lisboa, Instituto Piaget.

HENRIQUES, Cláudia (2008a). «Património Cultural e Turismo: Uma relação Simbiótica. Análise de dois percursos turístico-culturais: James Joyce e Fernando Pessoa». Em *Revista Turismo & Desenvolvimento*. Nº 10, Aveiro, Ed. Universidade de Aveiro, pp. 25-39.

HENRIQUES, Eduardo (2008b). «Representações da Insularidade e Turismo – Que possibilidades para as ilhas portuguesas?». Em CAVACO, Carminda (Coord.), *Turismo, Inovação e Desenvolvimento: Actas do I Seminário Turismo e Planeamento do Território*, Lisboa, Universidade de Lisboa, Centro de Estudos Geográficos.

HORTELANO MÍNGUEZ, Luis Alfonso (2000). «El patrimonio cultural salmantino: una baza para el desarrollo de cara al siglo XXI». *Salamanca, Revista de Estudios*, nº 45. Salamanca, Diputación de Salamanca, pp. 401-428.

HORTELANO MÍNGUEZ, Luis Alfonso (2006). *Análisis territorial e inventario de recursos de la raya hispano-lusa: comarca de Ciudad Rodrigo y Tierras de Riba-Côa*. Diputación de Salamanca. Salamanca, Organismo Autónomo de Empleo y Desarrollo Rural.

HUMMELBRUNNER, Richard (1993). «Promoção Turística e Potencialidades das Regiões Periféricas: O Caso Austríaco». Em *Seminário sobre a Exclusão Social e Turismo Rural*, Coimbra, CCRC, DRCC.

ICOMOS (1964). *Carta de Veneza*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em www: <URL: [http:// www.igespar.pt](http://www.igespar.pt)>.

ICOMOS (1976). *Recomendação sobre o Turismo Cultural*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em www: <URL: [http:// www.international.icomos.org](http://www.international.icomos.org)>.

ICOMOS (1981). *Carta sobre a Salvaguarda dos Jardins Históricos ou Carta de Florença*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em www: <URL: <http://www.igespar.pt>>.

ICOMOS (1987). *Carta Internacional para a Salvaguarda das Cidades Históricas*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em www: <URL: <http://www.igespar.pt>>.

ICOMOS (1990). *Carta Internacional do Património Arqueológico*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em www: <URL: <http://www.igespar.pt>>.

ICOMOS (1999). *Carta Internacional sobre o Turismo Cultural*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em www: <URL: <http://www.igespar.pt>>.

ICOMOS (1999). *Carta sobre o Património Construído Vernáculo*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em www: <URL: <http://www.igespar.pt>>.

ICOMOS (2008). *Carta dos Itinerários Culturais*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em www: <URL: <http://www.icomos.org>>.

INÁCIO, Ana, PATLEIA, Mafalda (2008). «Geoturismo, uma forma de Interpretação do Espaço Turístico: do Natural ao Urbano». Em *Revista Turismo & Desenvolvimento*. Nº 9, Aveiro, Ed. Universidade de Aveiro, pp. 91-102.

IPQ (2010). *NP 4494: 2010 - Norma Portuguesa, Turismo de Habitação e Turismo no Espaço Rural, Requisitos da Prestação do Serviço e Características*. Lisboa, Instituto Português da Qualidade.

IVARS BAIDAL, Josep Antoni (2000). «Turismo y Espacios Rurales: Conceptos, Filosofías y Realidades». Em *Revista Investigaciones Geográficas*, nº 23. Alicante, Instituto Universitario de Geografía, Universidad de Alicante, pp. 59-88.

JARDIM, Roberto e FRANCISCO, David (2000). *Flora Endémica da Madeira*, Setúbal, Múchia Publicações.

JESUS, Lúcia; KASTENHOLZ, Elisabeth; FIGUEIREDO, Elisabete (2008). «A Oferta do Turismo no Espaço Rural, Estudo de Caso da Região Dão-Lafões». Em *VII Colóquio Ibérico de Estudos Rurais – Cultura, Inovação e Território*, Coimbra.

JOAQUIM, Graça (1994). *Turismo e ambiente: complementaridade e responsabilidade. Contribuição para uma abordagem sociológica do fenómeno turístico* [Texto policopiado]. Lisboa, [s.n.], Acessível na Biblioteca Nacional de Portugal.

KASTENHOLZ, Elisabeth (2006). «O Marketing de Destinos Turísticos – O seu significado e potencial, ilustrado para um Destino Rural». Em *Revista Turismo & Desenvolvimento*. Nº 6, Aveiro, Ed. da Universidade de Aveiro, pp. 31-44.

KASTENHOLZ, Elisabeth e LIMA, Joana (2011). «The Integral Rural Tourism Experience from the Tourist's Point of View – A Qualitative Analyses of its Nature and Demand». In *Tourism & Management Studies*, Nº 7, International English Edition, ISSN: 1646-2408, pp. 62-74.

KÖRÖSSY, Nathália, CORDEIRO, Itamar e SELVA, Vanice (2008). «Turismo e Desenvolvimento Sustentável em Fernando de Noronha (Pernambuco – Brasil): Uma Análise a partir do consumo de água». Em *Revista Turismo & Desenvolvimento*. Nº 10, Aveiro, Ed. Universidade de Aveiro, pp. 107-121.

LEAL, Catarina (2001). *O Turismo Rural e a União Europeia. Uma Realidade em Expansão, Guia Prático de Investimento*. Coimbra, Almedina.

LETRIA, José Jorge (2000). *Pela Cultura, A experiência de Cascais e outras reflexões*. Lisboa, Hugin.

LIMA, Susana (2006). «A responsabilidade Ambiental como Factor de Competitividade no Turismo: O caso do sector Hoteleiro». Em *Revista Turismo & Desenvolvimento*. Nº 6, Aveiro, Ed. Universidade de Aveiro, pp. 46-53.

LOPES, Romeu (2005). *Estudo de mercado e estratégias de segmentação para o turismo em espaço rural na Região do Parque Natural da Serra da Estrela* [Texto policopiado]. Lisboa, [s.n.], Acessível na Biblioteca Nacional de Portugal.

LOURENÇO, Filipa (2005). *Ruralidade, turismo e património: o turismo em espaço rural no norte do Alentejo: um estudo de caso* [Texto policopiado]. Lisboa, [s.n.], Acessível na Biblioteca Nacional de Portugal.

- MARQUES, Ana Paula (2005). *Representações sociais do turismo em espaço rural: um estudo de caso do Paço de S. Cipriano (concelho de Guimarães)* [Recurso eletrónico]. Lisboa, [s.n.], Acessível na Biblioteca Nacional de Portugal.
- MARQUES, J. Albano (2006). *Introdução à Hotelaria*. Porto, Livraria Civilização Editora.
- MARQUES, J. Albano (2007). *Manual de Hotelaria*. Porto, Livraria Civilização Editora.
- MARQUES, José (2009). «Saberes e Patrimónios do Vinho para a Sustentabilidade do Enoturismo e do Turismo em Espaço Rural». Em *Turismo: Enoturismo e Turismo em Espaço Rural – I Jornadas Internacionais sobre Enoturismo e Turismo em Espaço Rural*. Maia, I.S.M.A.I.
- MARTÍN, José Luís, ARECHAVALETA, Manuel, BORGES, Paulo y FARIA, Bernardo (eds.). (2008). *TOP 100. Las 100 especies amenazadas prioritarias de gestión en la región europea biogeográfica de la Macaronesia*. Consejería de Medio Ambiente y Ordenación Territorial, Gobierno de Canarias.
- MARUJO, María Noémi e RAMOS, Francisco (2008). «Uma Visão Cultural do Turismo». Em *Actas do Encontro Transfronteiriço Turismo Rural-Cultural e Desenvolvimento Sustentável*, Reguengos de Monsaraz, Município.
- MARUJO, Maria Noémi (2008). *Turismo & Comunicação*. Castelo Branco, RVJ-Editores.
- MECKERCHER, Bob e LEW, Alan (2004). «Correntes Turísticas e Distribuição Espacial dos Turistas». Em Alan A. Lew, C. Michael Hall e Allan M. Williams, *Compêndio de Turismo*. Lisboa, Instituto Piaget.
- MEI (2007). *Plano Estratégico Nacional do Turismo*. Lisboa, Turismo de Portugal, I.P.
- MELO, Vasco (2003). *Modelo de negócio para a promoção do turismo no espaço rural através da Internet* [Texto policopiado]. Lisboa, [s.n.], Acessível na Biblioteca Nacional de Portugal.

MENDES, Luís (2010). «O Turismo na Produção Social do Espaço Rural Contemporâneo: Novas Procuras e a Emergência da Nobilitação Rural». Em *Revista Turismo & Desenvolvimento*. Vol. 2, Nº 13/14, Aveiro, Ed. Da Universidade de Aveiro, pp. 655-663.

MESQUITA, Ana Maria (2009). *Sistemas de distribuição no Turismo em Espaço Rural: a Região de Trás-os-Montes* [Texto policopiado]. Lisboa, [s.n.], Acessível na Biblioteca Nacional de Portugal.

MINCHINTON, Walter (1990). “Britain and Madeira to 1914”. Em *Actas do I Colóquio Internacional de História da Madeira (1986)*. Funchal, GRM, SRTCE, DRAC.

MODESTO, Maria (1982). *Cozinha Tradicional Portuguesa*. Lisboa / S. Paulo, Verbo.

MONTEIRO, Maria e CARVALHO, Filipe (2006). «O Turismo no Espaço Rural e a intervenção da Direcção Regional da Economia do Centro». Em *Revista Turismo & Desenvolvimento*. Nº 6, Aveiro, Ed. da Universidade de Aveiro, pp. 55-62.

MONTEIRO, Nuno (2003). «A Patrimonialização do Espaço Social Rural e o Património Edificado». Em *Portugal Chão*. Oeiras, Celta.

MORGAN, Nigel (2004). «Problematizar a Promoção de Lugares». Em Alan A. Lew, C. Michael Hall e Allan M. Williams. *Compêndio de Turismo*. Lisboa, Instituto Piaget.

NEPOMUCENO, Rui (1994). *As Crises de Subsistência na História da Madeira, Ensaio Histórico*. Lisboa, Caminho.

NEVES, A. Oliveira das (Coord.) (2008). *Estudo de Caracterização do Turismo no Espaço Rural e do Turismo de Natureza em Portugal*. Lisboa, IESE, DGADR.

NEVES, Henrique e VALENTE, Ana (1992). *Conheça o Parque Natural da Madeira*. Funchal, Parque Natural da Madeira, Secretaria Regional da Economia.

NEVES, Henrique *et al* (1996). *Laurissilva da Madeira, Caracterização Quantitativa e Qualitativa*. Funchal, Parque Natural da Madeira.

OLIVEIRA, Paulo (1999). *A Conservação e Gestão das Aves do Arquipélago da Madeira*. Funchal, Secretaria Regional da Agricultura, Floresta e Pescas.

OLIVEIRA, Paulo e MENEZES, Dília (2004). *Birds of the Archipelago of Madeira*. Funchal, Serviço do Parque Natural da Madeira.

OMT (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid.

OMT (2001). *Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo*. Madrid.

ORTEGA VALCÁRCEL, José (1998). «El Patrimonio Territorial: El Territorio como Recurso Cultural y Económico». Em *Revista Ciudades*, Vol. 4; Territorio y Patrimonio. Valladolid, Revista del Instituto de Urbanística de la Universidad de Valladolid, Secretariado de Publicaciones, pp. 33-48.

PACHECO, Hélder (1987). *Rostos da Gente*. Lisboa, Caminho.

PARTIDÁRIO, Maria do Rosário (2003). «Turismo em Espaços Rurais e Naturais: uma Oportunidade Sustentável». Em SIMÕES, Orlando e CRISTOVÃO, Artur (Org.), *TERN: Turismo em Espaços Rurais e Naturais*, Coimbra, Instituto Politécnico.

PEN (2007). *Plano Estratégico Nacional – Desenvolvimento Rural 2007-2013 – Portugal*. [Em linha]. [Consult. 14-VII-2011]. Disponível em [www: <URL: http://www.poder.pt>](http://www.poder.pt).

PEREIRA, Gaspar (2009). «Douro: História, Património e Enoturismo». Em *Turismo: Enoturismo e Turismo em Espaço Rural – I Jornadas Internacionais sobre Enoturismo e Turismo em Espaço Rural*. Maia, I.S.M.A.I.

PEREIRA, Lucília (2002). *Turismo no espaço rural: o contributo histórico-geográfico do Concelho de Lamego no desenvolvimento da região demarcada do Douro* [Texto policopiado]. Lisboa, [s.n.], Acessível na Biblioteca Nacional de Portugal.

PÉREZ, Xerardo (2003). «Patrimonialização e Transformação das Identidades Culturais». Em *Portugal Chão*. Oeiras, Celta.

PIERRET, Frédéric (2011). «Some points on Domestic Tourism». Em *Rencontre internationale sur le développement du tourisme domestique*, Algiers, 9 Dec. 2010. [Consult. 20-II-2012]. Disponível em www: <URL: http://www.econostrum.info/Le-gouvernement-algerien-veut-promouvoir-le-tourisme-domestique_a4024.html>.

PINTO, Acácio (2004). *Turismo em Espaço Rural, Motivações e Práticas, Holandeses em Ferreira de Aves – Satão*. Braga, Palimage.

PINTO, Eunice e TEIXEIRA, Duarte (2004). *Conheça a Laurissilva do Til*. Funchal, Direção Regional do Ambiente.

PNM (2012). *Parque Natural da Madeira*. [Em linha]. [Consult. 23-IV-2012]. Disponível em www: <URL: <http://www.pnm.pt>>.

POPLAWSKI, Lukasz (2011). «Role of Territorial Marketing in Development of Rural Communes in the Context of Competitiveness of the Region». Em *Research Papers Collection*, Vol. 17. Tarnów, The Malopolska School of Economics in Tarnów, pp. 171-181.

PORTELA, José e CALDAS, João (Org.) (2003). *Portugal Chão*. Oeiras, Celta.

PRENTICE, Richard (2004). «Motivação do Turista e Tipologias». Em Alan A. Lew, C. Michael Hall e Allan M. Williams, *Compêndio de Turismo*. Lisboa, Instituto Piaget.

PRODERAM (2007). Relatório de Execução do Programa de Desenvolvimento Rural da Região Autónoma da Madeira. [Em linha]. Funchal. [Consult. 20 Abril 2011]. Disponível em www: <URL: <http://www.sra.pt>>.

PRODERAM (2012). *A Madeira Rumo à Sustentabilidade e Qualidade*. Programa de Desenvolvimento Rural da Região Autónoma da Madeira 2007-2013, 6ª Alteração, Julho de 2012. Funchal. SRARN.

PRODERAM (2013). Relatório de Execução do Programa de Desenvolvimento Rural da Região Autónoma da Madeira, Junho 2013. [Em linha]. Funchal. [Consult. 20-VI-2013]. Disponível em www: <URL: <http://www.sra.pt>>.

PROGRAMA DE GOVERNO DA REGIÃO AUTÓNOMA DA MADEIRA 2011-2015 (2011). [Consult. 23-IV-2012]. Disponível em [www:](http://www.pnm.pt) <URL: <http://www.pnm.pt>.http://vp.gov-madeira.pt/arquivo/Programa_de_Governo_2011-2015.pdf>.

QUALITOOL (2010). «Rural Tourism Quality Survey». Em *Transfer of Quality Ensurance Tools for European Rural Tourism Sector*. [Em linha]. Riga. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em [www:](http://www.celotajs.lv/cont/proj/Leonardo2008/Leonardo2008_en.html) <URL: http://www.celotajs.lv/cont/proj/Leonardo2008/Leonardo2008_en.html>.

QUINTAL, Raimundo (1994). *Veredas e Levadas da Madeira*. Funchal, Secretaria Regional da Educação.

QUINTERO, José António, VARELA, Sílvia e RODRIGUES, Helenice (2008). «A Importância da Inteligência Competitiva na Direcção de Empresas Turísticas a partir de Dois Casos Concretos: Região da Missões (Brasil) e Costa Del Sol (Espanha)». Em *Revista Encontros Científicos - Tourism & Management Studies*, Nº 4. Faro, Universidade do Algarve, pp. 165-184.

RAI-PRODERAM (2010). *Avaliação Contínua do Programa de Desenvolvimento Rural da Região Autónoma da Madeira, Avaliação Intercalar 2010*. Funchal, AGRO.GES, SRA.

RELVAS, Sónia (2006). *O turismo no espaço rural como agente de desenvolvimento das áreas de baixa densidade populacional* [Texto policopiado]. Lisboa, [s.n.], Acessível na Biblioteca Nacional de Portugal.

RENDELL, J. M. (1881). *Concise Handbook of the Island of Madeira*. London, Kegan Paul & CO.

RIBEIRO, Adriano (2000). *As Bandas de Santa Cruz*. Santa Cruz, Câmara Municipal de Santa Cruz.

RIBEIRO, Adriano (2001). *Santana, Homens e Assuntos que a Ilustram*. Funchal, Câmara Municipal de Santana.

RIBEIRO, Adriano (2004). *As Festas de Santo Amaro em Santa Cruz*. Santa Cruz, Câmara Municipal de Santa Cruz.

RIBEIRO, Manuela (2003). «Espaços Rurais como Espaços Turísticos». Em *Portugal Chão*. Oeiras, Celta.

RIBEIRO, Orlando (1985). *A Ilha da Madeira até Meados do Século XX, Estudo Geográfico*. Lisboa, Instituto de Cultura e Língua Portuguesa.

RIBEIRO, Orlando e LAUTENSACH, Hermann (1987). *Geografia de Portugal*. Lisboa, Edições João Sá da Costa.

RITA, Lurdes (1991). *Contributos do turismo em espaço rural para o desenvolvimento do Baixo Alentejo: um círculo turístico* [Texto policopiado]. Lisboa, [s.n.], Acessível na Biblioteca Nacional de Portugal.

RODRIGUES, António (2000). *Obra de Vimes, Mobiliário Princípio do Século*. Santa Cruz, Casa da Cultura de Santa Cruz.

RODRIGUES, Áurea (2006). «Os Trilhos Pedestres como Actividade de Lazer, Recreio e Turismo – Uma Análise Exploratória ao Mercado dos Trilhos Pedestres em Portugal». Em *Revista Turismo & Desenvolvimento*. Nº 6, Aveiro, Ed. Da Universidade de Aveiro, pp. 83-94.

RODRIGUES, Áurea e KASTENHOLZ, Elisabeth (2010). «Sentir a Natureza – passeios pedestres como elementos centrais de uma experiência turística». Em *Revista Turismo & Desenvolvimento*. Vol. 2, Nº 13/14, Aveiro, Ed. Da Universidade de Aveiro, pp. 719-728.

RODRIGUES, Elisabete (2012). «A Família Cossart e o seu Contributo na Divulgação Turística da Madeira Oitocentista» in *Anuário 2012*, Nº 4, [CD-ROM]. Funchal, CEHA, Secretaria Regional da Cultura, Turismo e Transportes, pp. 224-232.

RODRIGUES, Elisabete (2013). *Os Cossart, Traços de uma Presença Inglesa na Madeira Oitocentista*. Coleção Teses, Nº 12, [CD-ROM]. Funchal, CEHA, Secretaria Regional da Cultura, Turismo e Transportes.

- SANTO, Ricardo (2009). «Iniciativa Natureza para Todos: o acesso universal às áreas protegidas portuguesas». Em *Revista Turismo & Desenvolvimento*. Nº 11, Aveiro, Ed. Universidade de Aveiro, pp. 81-94.
- SILVA, António (1994). *O Quotidiano Madeirense*. Lisboa, Caminho.
- SILVA, Augusto e MENEZES, Carlos (1984). *Elucidário Madeirense*. Fac-símile da edição de 1946, Funchal, SRTC, DRAC.
- SILVA, Iolanda (Coord.) (1985). *A Madeira e o Turismo, Pequeno Esboço Histórico*. Funchal, SRTC, DRAC.
- SILVA, Luís (2006). *Processos de mudança nos campos: o turismo em espaço rural* [Texto policopiado]. Lisboa, [s.n.], Acessível na Biblioteca Nacional de Portugal.
- SILVA, Luís (2009). *Casas de Campo: etnografia do turismo rural em Portugal*. Lisboa, ICS.
- SILVA, Susana (2008). «Novos usos do património numa estratégia turística: perspectivas no concelho de Anadia». Em *Revista Turismo & Desenvolvimento*. Nº 10, Aveiro, Ed. Universidade de Aveiro, pp. 166-167.
- SMITH, Stephen. (2004). «A Dimensão do Turismo Global: Velhos Debates, Novos Consensos e Desafios Contínuos». Em Alan A. Lew, C. Michael Hall e Allan M. Williams, *Compêndio de Turismo*. Lisboa, Instituto Piaget.
- SOUSA, João (1985). «O Povoamento do Porto do Moniz (séculos XV-XVI)». Em *Atlântico, Revista de Temas Culturais*. Nº 3, Lisboa, Gráfica Europan, pp. 181-191.
- SOUSA, Manuel (2006). *Alojamento turístico em espaço rural: sistema nacional de reservas com recurso aos sistemas de informação geográfica* [Recurso eletrónico]. Lisboa, [s.n.], Acessível na Biblioteca Nacional de Portugal.
- TAYLOR, Ellen. (1882). *Madeira: Its Scenery and How To See It. With Letters of a Year's Residence and Lists of the Trees, Flowers, Ferns, and Seaweeds*. London, Edward Stanford.

TAYLOR, Ellen. (1889). *Madeira: Its Scenery and How To See It. With Letters of a Year's Residence and Lists of the Trees, Flowers, Ferns, and Seaweeds*. 2ªed. London, Edward Stanford.

TROITIÑO VINUESA, Miguel Ángel (1998). «Patrimonio Arquitectónico, Cultura y Territorio». Em *Revista Ciudades*, Vol. 4; Territorio y Patrimonio. Valladolid, Revista del Instituto de Urbanística de la Universidad de Valladolid, Secretariado de Publicaciones, pp. 95-104.

TROITIÑO VINUESA, Miguel Ángel (2000). «El Territorio y la Revalorización de los Recursos Endógenos en el Desarrollo Local». Em *Eines per al desenvolupament local/Herramientas para el desarrollo local*. Alicante, Universidad de Alicante y CEDER Aitana, pp. 101-121.

UN and WTO (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. New York, United Nations Publications.

UNEP (2003). *Um Guia Prático para Boas Práticas Gerenciando Questões Ambientais e Sociais no Setor da Hospedagem*. [Em linha]. [Consult. 22-VIII-2013]. Disponível em www: <URL: [http:// www.toinitiative.org](http://www.toinitiative.org)>.

UNESCO (1954). *Convenção sobre a Proteção dos Bens Culturais em Caso de Conflito Armado ou Convenção de Haia*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em www: <URL: [http:// www.unesco.pt](http://www.unesco.pt)>.

UNESCO (1972). *Convenção para a Proteção do Património Mundial, Cultural e Natural*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em www: <URL: [http:// www.unesco.pt](http://www.unesco.pt)>.

UNESCO (1976). *Recomendação sobre a Salvaguarda dos Conjuntos Históricos e da sua Função na Vida Contemporânea*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em www: <URL: [http:// www.unesco.pt](http://www.unesco.pt)>.

UNESCO (1989). *Recomendação sobre a Salvaguarda da Cultura Tradicional e Popular*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em www: <URL: [http:// www.unesco.pt](http://www.unesco.pt)>.

UNESCO (1999). *Proclamação das Obras Primas do Património Oral e Imaterial da Humanidade*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em www: <URL: <http://www.unesco.pt>>.

UNESCO (2001). *Convenção para a Proteção do Património Cultural Subaquático*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em www: <URL: <http://www.unesco.pt>>.

UNESCO (2001). *Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em www: <URL: <http://www.unesco.pt>>.

UNESCO (2002). *Declaração de Budapeste sobre o Património Mundial*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em www: <URL: <http://www.unesco.pt>>.

UNESCO (2003). *Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial*. [Em linha]. [Consult. 20-IV-2012]. Disponível em www: <URL: <http://www.unesco.pt>>.

UNESCO (2011). *18 nuevas reservas de biosfera se añaden a la red del Programa sobre el Hombre y la Biosfera (MAB) de la UNESCO*. [Em linha]. [Consult. 10-IV-2012]. Disponível em www: <URL: <http://www.unesco.org/new/es/natural-sciences>>.

UNWTO (2011). *UNWTO Ulysses Prize and Awards*, Vilamoura, 02-VI-2011. [Em linha]. [Consult. 12-VI-2012]. Disponível em www: <URL: <http://www2.unwto.org/event/unwto-ulysses-prize-and-awards-2011>>.

VASCONCELOS, Agostinho (1995). «A Giesta e as Obras de Verga». Em *Revista Xarabanda*. Nº 7, Caniço, Grafimadeira, pp. 14-17.

VERA REBOLLO, José Fernando (1995). *Turismo y Patrimonio Histórico y Cultural*. Madrid, Instituto de Estudios Turísticos.

VERA REBOLLO, José Fernando (Coord.); LÓPEZ PALOMEQUE, Francisco; MARCHENA GÓMEZ, Manuel Jesús y ANTÓN CLAVÉ, Salvador (1997). *Análisis Territorial del Turismo*. Barcelona, Ed. Ariel.

- VERA REBOLLO, José Fernando y BAÑOS CASTIÑEIRA, Carlos Javier (2001). «Actividad y Espacios Turísticos». Em Romero, Joan, Morales, Antonio, Salom, Julia y Vera, José Fernando (coords.): *La periferia emergente. La Comunidad Valenciana en la Europa de las Regiones*. Barcelona, Ed. Ariel Geografía, pp. 373-395.
- VERÍSSIMO, J. Nelson (1985). «A Festa do Espírito Santo». Em *Atlântico, Revista de Temas Culturais*. Nº 1, Lisboa, Gráfica European, pp. 9-17.
- VIEIRA, Alberto (Coord.) (2010). *História da Cidade do Funchal: Economia de uma Cidade Portuária*. [Em linha]. Funchal. [Consult. 20-IV-2011]. Disponível em [www: <URL: http://www.calameo.com/books/0000104920e3a2093b487>](http://www.calameo.com/books/0000104920e3a2093b487).
- VIEIRA, Alberto (1991). *Breviário da Vinha e do Vinho na Madeira*. Ponta Delgada, Eurosigno.
- VIEIRA, Alberto (1993). *História do Vinho da Madeira Documentos e Textos*. Funchal, CEHA.
- VIEIRA, Alberto (2003). *A Vinha e o Vinho na História da Madeira, Séculos XV a XX*. Funchal, CEHA.
- VIEIRA, Alberto (Coord.) (2001). *História da Madeira*. Funchal, SRE.
- VIEIRA, Rui (1992). *Flora da Madeira. O Interesse das Plantas Endémicas Macaronésicas*. Lisboa, Serviço Nacional de Parques, Reservas e Conservação da Natureza.
- WALTER, Carolyn & HOLMAN, Kathy (1987). *The Embroidery of Madeira*. New York, Union Square Press.
- WTO (1997). *International Tourism: A Global Perspective*. Madrid.
- WTO (2001). *Tourism 2020 Vision. Global Forecasts and Profiles of Market Segments*. Vol. 7, Madrid.
- WTO (2003). *Tourism in a Globalized Society*. Alexandria.
- WTO (2004). *Rural Tourism in Europe: Experiences, Development and Perspectives*. Madrid.

- WTO (2004). *Tourism Congestion Management at Natural and Cultural Sites*. Madrid.
- WTO (2006). *Cultural Tourism and Local Communities*. Madrid.
- WTO (2007). *A Practical Guide to Tourism Destination Management*. Madrid.
- WTO (2007). *Policies, Strategies and Tools for the Sustainable Development of Tourism*. Madrid.
- WTO (2007). *Primer seminario regional sobre ética en el turismo*. Madrid.
- WTO (2007). *Tourism Development in Europe*. Madrid.
- WTO (2010). *Tourism and the Millennium Development Goals*. [Em linha]. [Consult. 10-VIII-2013]. Disponível em www: <URL: <http://www.unwto.org>>.
- WTTC (2012). *The Comparative Economic Impact of Travel & Tourism*. [Em linha]. [Consult. 16-VII-2013]. Disponível em www: <URL: <http://www.wttc.org>>.

DIPLOMAS LEGAIS

Declaração de Rectificação nº 25/2008, de 6 de Maio de 2008, Presidência do Conselho de Ministros (Diário da República I Série – Número 87, de 6 de Maio de 2008).

Decreto do Presidente da República nº 13/2000 de 30 de Março (Diário da República I Série – A – Número 76, de 30 de Março de 2000).

Decreto Legislativo Regional nº 11/2008, de 22 de Abril, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Regional (Diário da República I Série – Número 79, de 22 de Abril de 2008).

Decreto Legislativo Regional nº 11/97/M, de 30 de Julho, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Regional (Diário da República Série I-A – Número 174, de 30 de Julho de 1997).

Decreto Legislativo Regional nº 12/2009/M, de 6 de Maio, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Regional (Diário da República I Série – Número 87, de 6 de Maio de 2009).

Decreto Legislativo Regional nº 14/2000/M, de 6 de Julho, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Regional (Diário da República I Série – Número 154, de 6 de Julho de 2000).

Decreto Legislativo Regional nº 14/90/M, de 23 de Maio, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Regional (Diário da República I Série – Número 118, de 23 de Maio de 1990).

Decreto Legislativo Regional nº 14/96/M, de 2 de Agosto, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Legislativa Regional (Diário da República Série I-A – Número 178, de 2 de Agosto de 1996).

Decreto Legislativo Regional nº 15/96/M, de 2 de Agosto, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Legislativa Regional (Diário da República Série I-A – Número 178, de 2 de Agosto de 1996).

Decreto Legislativo Regional nº 17/96/M, de 2 de Agosto, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Legislativa Regional (Diário da República Série I-A – Número 178, de 2 de Agosto de 1996).

Decreto Legislativo Regional nº 23/86/M, de 4 de Outubro, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Regional (Diário da República I Série – Número 229, de 04 de Outubro de 1986).

Decreto Legislativo Regional nº 30/2008/M de 12 de agosto, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Legislativa Regional (Diário da República I Série – Número 155, de 12 de Agosto de 2008).

Decreto Legislativo Regional nº 9/95/M, de 20 de Maio, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Regional (Diário da República Série I-A – Número 117, de 20 de Maio de 1995).

Decreto nº 458/71, de 29 de Outubro, Ministérios da Marinha e da Economia (Diário da República I Série – Número 225, de 29 de Outubro de 1971).

Decreto Regional nº 11/81/M, de 15 de Maio, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Regional (Diário da República I Série – Número 111, de 15 de Maio de 1981).

Decreto Regional nº 14/82/M, de 10 de novembro, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Regional (Diário da República I Série – Número 260, de 10 de Novembro de 1982).

Decreto Regional nº 15/78/M, de 10 de Março, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Regional (Diário da República I Série – Número 58, de 10 de Março de 1978).

Decreto Regulamentar n.º 13/2002, de 12 de Março, do Ministério da Economia (Diário da República Série I-B – Número 60, de 12 de Março de 2002).

Decreto Regulamentar n.º 14/78, de 12 de Maio, do Ministério do Comércio e Turismo – Secretaria de Estado do Turismo (Diário da República I Série – Número 109, de 12 de Maio de 1978).

Decreto Regulamentar n.º 37/97, de 25 de Setembro, do Ministério da Economia (Diário da República Série I-B – Número 222, de 25 de Setembro de 1997).

Decreto Regulamentar n.º 5/2007, de 14 de Fevereiro, do Ministério da Economia e Inovação (Diário da República I Série – Número 32, de 14 de Fevereiro de 2007).

Decreto Regulamentar Regional nº 1/2012/M, de 15 de março, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Regional (Diário da República I Série – Número 54, de 15 de março de 2012).

Decreto Regulamentar Regional nº 1/97/M, de 14 de Janeiro, Região Autónoma da Madeira, Presidência do Governo (Diário da República I Série-B – Número 11, de 14 de Janeiro de 1997).

Decreto-Lei n.º 169/97, de 4 de Julho, do Ministério da Economia (Diário da República Série I-A – Número 152, de 4 de Julho de 1997).

Decreto-Lei n.º 192/82, de 19 de Maio, da Presidência do Conselho de Ministros (Diário da República I Série – Número 113, de 19 de Maio de 1982).

Decreto-Lei n.º 251/84, de 25 de Julho, da Presidência do Conselho de Ministros e Ministério do Comércio e Turismo (Diário da República I Série – Número 171, de 25 de Julho de 1984).

Decreto-Lei n.º 256/86, de 27 de Agosto, Presidência do Conselho de Ministros - Secretaria de Estado do Turismo (Diário da República I Série – Número 196, de 27 de Agosto de 1986).

Decreto-Lei n.º 423/83, de 5 de Dezembro, da Presidência do Conselho de Ministros e Ministérios das Finanças e do Plano e do Comércio e Turismo (Diário da República I Série – Número 279, de 5 de Dezembro de 1983).

Decreto-Lei n.º 54/2002, de 11 de Março, do Ministério da Economia (Diário da República Série I-A – Número 59, de 11 de Março de 2002).

Decreto-Lei nº 140/99, de 24 de Abril, republicado pelo Decreto-Lei nº 49/2005, de 24 de Fevereiro, Ministério do Ambiente e do Ordenamento do Território (Diário da República Série I –A – Número 39, de 24 de Fevereiro de 2005).

Decreto-Lei nº 2/2008, de 4 de Janeiro, Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas (Diário da República I Série – Número 3, de 4 de Janeiro de 2008).

Decreto-Lei nº 228/2009, de 14 de Setembro, Ministério da Economia e da Inovação (Diário da República I Série – Número 178, de 14 de Setembro de 2009).

Decreto-lei nº 371/2007, de 6 de Novembro, Ministério da Economia e da Inovação (Diário da República I Série – Número 213, de 6 de Novembro de 2007).

Decreto-Lei nº 39/2008, de 7 de Março, do Ministério da Economia e Inovação (Diário da República I Série – Número 48, de 7 de Março de 2008).

Decreto-Lei nº 49/2011, de 8 de Abril, do Ministério da Economia e Inovação (Diário da República I Série – Número 70, de 8 de Abril de 2011).

Decreto-Lei nº 62/2012, de 14 de março, Presidência do Conselho de Ministros (Diário da República I Série – Número 53, de 14 de março de 2012).

Despacho conjunto das Secretarias Regionais do Ambiente e Recursos Naturais e da Cultura, Turismo e Transportes, de 30 de abril de 2012, Região Autónoma da Madeira (Jornal Oficial II série - Número 74 - Suplemento, de 30 de abril de 2012).

Despacho nº 70/2009, de 24 de Junho, Secretaria Regional do Ambiente e dos Recursos Naturais, Região Autónoma da Madeira (Jornal Oficial II série - Número 119 – Suplemento, de 24 de Junho de 2009).

Lei nº 107/2001, de 8 de Setembro, Assembleia da República (Diário da República Série I-A – Número 209 de 8 de Setembro de 2001).

Lei nº 13/85 de 6 de julho, Assembleia da República (Diário da República Série I – Número 153, de 6 de Julho de 1985).

PENT (2007). Resolução do Conselho de Ministros nº 53/2007, de 4 de Abril, Presidência do Conselho de Ministros (Diário da República I Série – Número 67, de 4 de abril de 2007).

PENT (2013). Resolução do Conselho de Ministros nº 24/2013, de 16 de abril, Presidência do Conselho de Ministros (Diário da República I Série – Número 74, de 16 de abril de 2013).

Portaria nº 1173/2010, de 15 de Novembro, Ministérios da Economia, da Inovação e do Desenvolvimento e do Ambiente e do Ordenamento do Território (Diário da República Série I – Número 221, de 15 de Novembro de 2010).

Portaria nº 13/2012, de 1 de fevereiro, Região Autónoma da Madeira (Jornal Oficial I Série – Número 12, de 1 de fevereiro de 2012).

Portaria nº 1320/2008, de 17 de Novembro, 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 – Número 223, de 17 de Novembro de 2008).

Portaria nº 20/2013, de 14 de março, Região Autónoma da Madeira (Jornal Oficial I Série – Número 35, de 14 de março de 2013).

Portaria nº 201/2012, de 2 de julho, Ministério da Agricultura, do Mar, do Ambiente e do Ordenamento do Território (Diário da República I Série – Número 126, de 2 de julho de 2012).

Portaria nº 25/2000, de 26 de Janeiro, Ministério da Economia (Diário da República I Série B – Número 21, de 26 de Janeiro de 2000).

Portaria nº 3/2010, de 27 de Janeiro, Região Autónoma da Madeira (Jornal Oficial I Série – Número 6, de 27 de Janeiro de 2010).

Portaria nº 6/2009, de 26 de Janeiro, Região Autónoma da Madeira (Jornal Oficial I Série – Número 9, de 26 de Janeiro de 2009).

Portaria nº 937/2008, de 20 de Agosto, 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 – Número 160, de 20 de Agosto de 2008).

POT (2002). Decreto Legislativo Regional nº 17/2002/M, de 29 de Agosto, Região Autónoma da Madeira, Assembleia Legislativa Regional (Diário da República Série I-A – Número 199, de 29 de Agosto de 2002).

Regulamento (CE) Nº 1698/2005 do Conselho, de 20 de Setembro de 2005 (Jornal Oficial da União Europeia, L 277 de 21.10.2005).

Resolução da Assembleia da República nº 26/2000 de 2 de Dezembro de 1999 (Diário da República I Série – A – Número 76, de 30 de Março de 2000).

Resolução da Assembleia da República nº 5/91, de 23 de Janeiro, Assembleia da República (Diário da República Série I-A – Número 19, de 23 de Janeiro de 1991).

Resolução da Assembleia da República nº 71/97, de 16 de Dezembro, Assembleia da República (Diário da República Série I-A – Número 289, de 16 de Dezembro de 1997).

Resolução do Conselho de Governo n.º 1408/2000, de 19 de Setembro, Presidência do Governo Regional, Região Autónoma da Madeira (Jornal Oficial I série - Número 85, de 19 de Setembro de 2000).

Resolução do Conselho de Ministros nº 152/2001, de 11 de Outubro, Presidência do Conselho de Ministros (Diário da República Série I-B – Número 236, de 11 de Outubro de 2001).

Resolução do Conselho de Ministros nº 173/2007, de 7 de Novembro, Presidência do Conselho de Ministros (Diário da República Série I – Número 214, de 7 de Novembro de 2007).

Resolução nº 1292/2009, de 2 de Outubro, Presidência do Governo Regional, Região Autónoma da Madeira (Jornal Oficial I série - Número 100 - Suplemento, de 2 de Outubro de 2009).

Resolução nº 1293/2009, de 2 de Outubro, Presidência do Governo Regional, Região Autónoma da Madeira (Jornal Oficial I série - Número 100 - Suplemento, de 2 de Outubro de 2009).

Resolução nº 751/2009, de 2 de Julho, Presidência do Governo Regional, Região Autónoma da Madeira (Jornal Oficial I série - Número 66 – 2º Suplemento, de 2 de Julho de 2009).

Resolução nº 863/2008, de 22 de Agosto, Presidência do Governo Regional (Jornal Oficial da Região Autónoma da Madeira Série I – Número 106, de 22 de Agosto de 2008).

PERIÓDICOS

Diário de Notícias da Madeira (2012, 2013).

Jornal da Madeira (2012, 2013).

ANEXOS

ANEXO I – MODELO DO QUESTIONÁRIO AO VISITANTE

Nº do questionário ____ Data: _____

Estabelecimento: Concelho _____

Este estudo faz parte de uma pesquisa a nível regional, no âmbito de uma tese de doutoramento. O objetivo deste estudo é conhecer melhor as motivações, experiências e as impressões dos visitantes que praticam turismo em espaço rural na Madeira. Agradecemos desde já a sua participação nesta pesquisa, e garantimos o tratamento confidencial das respostas.

SECÇÃO I: A SUA VISITA A ESTA LOCALIDADE

1. Já alguma vez visitou esta localidade?

Sim

Não

Se sim, quantas vezes? _____

2. Quantas noites pretende ficar nesta unidade turística?

Escreva em números _____

3. Datas da visita à Ilha da Madeira?

Data de chegada (aaaa/mm/dd) ___/___/___ Data de partida (aaaa/mm/dd) ___/___/___

4. Visita outras localidades durante a sua estadia? (Enumerar) _____

5. Qual é o principal motivo desta sua visita? (Por favor, escolha apenas UMA opção)

Turismo

Interesse pela Cultura Tradicional

Interesse pela Natureza

Interesse Gastronómico

Interesse pela Zona

Visita a Monumentos

Evento Cultural/Desportivo

Visita a amigos ou familiares

Negócios/ Estudos

Outro _____

6. Por que motivo optou por uma unidade turística rural?

- Ambiente Familiar
- Tranquilidade e Descanso
- Contacto com a Cultura Local
- Contacto com a Natureza
- Atividades no Meio Rural
- Desenvolvimento Sustentável
- Contacto com a População Local
- Grupo de Amigos/ Família
- Outro _____

7. Como obteve conhecimento desta unidade turística?

- Família / amigos
- Visita anterior
- Internet / Rede Social
- Posto Turismo
- Agência de viagens
- Televisão/ Rádio
- Jornais/ Revistas
- Brochuras do operador turístico
- Guias de viagem
- Outra _____

8. Como organizou a sua viagem?

- Pacote de férias com tudo incluído através da agência de viagens ou operador turístico (*passar à Q9*)

Transporte

- Através da agência de viagens ou op. Turístico
- Pela Internet
- Tratou de tudo pessoalmente (telefone/mail)
- Não reservou nada

Alojamento

- Através da agência de viagens ou op. Turístico
- Pela Internet
- Tratou de tudo pessoalmente (telefone/mail)
- Não reservou nada

9. Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita?

- Experimentar a gastronomia tradicional
- Comprar produtos tradicionais da zona
- Realizar atividades culturais
- Realizar atividades na natureza
- Realizar atividades desportivas ou de aventura
- Outras: _____

10. No futuro, que atividades turísticas complementares gostaria que fossem oferecidas no meio rural?

11. Está a viajar:

- Sozinho
- Com marido /esposa
- Com família
- Com amigos
- Em grupo
- Outro _____

12. Se viaja em família ou com amigos, quantas pessoas o acompanham?

_____pessoas.

SECÇÃO II: VISITANTE

13. Qual é a sua residência habitual?

(Especificar cidade/país de referência)

14. Género

- Masculino Feminino

15. Grupo etário

- 19 anos ou menos 30-39 anos 50-59 anos
 20-29 anos 40-49 anos 60 anos ou mais

16. Habilitações Literárias

- Ensino básico Bacharelato/ Licenciatura
 Ensino secundário Mestrado / Doutoramento
 Ensino profissional

17. Qual das seguintes classificações melhor descreve a sua situação atual?

- Empregado/a Doméstico/a
 Trabalhador/a por conta própria Estudante (*passar à Q19*)
 Reformado/a Desempregado/a

18. Se se encontra empregado, por favor, indique o seu cargo

- Diretor ou gerente
 Profissional liberal (médico, advogado, professor, etc)
 Técnico especializado (técnico, enfermeiro)
 Técnico administrativo
 Profissional de serviços ou comércio
 Trabalhador manual ou artesão
 Outro _____

19. A sua ocupação atual (ou formação) está ligada a que área?

- Cultura Natureza/Ambiente
 Turismo Outra _____

20. Qual dos seguintes escalões melhor descreve o rendimento anual bruto do seu agregado familiar?

- 10.000 Euro ou menos 40.001-50.000 Euro
 10.001-20.000 Euro 50.001-60.000 Euro
 20.001-30.000 Euro 60.001-70.000 Euro
 30.001-40.000 Euro Mais de 70.000 Euro

SECÇÃO III: GRAU DE SATISFAÇÃO DO VISITANTE

21. Atribua uma classificação aos seguintes aspetos desta localidade (de 1 a 10):

- Autenticidade da paisagem [___]*
Conservação da Arquitetura Tradicional [___]
Museus e atrações culturais [___]
Festivais e eventos [___]
Costumes e tradições [___]
Gastronomia regional [___]
Hospitalidade da população local [___]
Horário de abertura dos recursos turísticos [___]
Sinalização turística [___]
Variedade de oferta de serviços [___]
Serviços dos postos de informação turística [___]
Infraestruturas de acesso a esta localidade [___]

22. Atribua uma classificação à qualidade do alojamento utilizado (de 1 a 10):

Atendimento Pessoal:

Profissionalismo [___] Hospitalidade [___]

Limpeza e manutenção [___]

Equipamento e decoração [___]

Estilo Arquitetónico [___]

Alimentação [___]

Animação [___]

Contacto com os proprietários do alojamento [___]

Localização e arredores [___]

Sustentabilidade/preocupação com o meio ambiente [___]

Relação qualidade/serviços/preços [___]

Acesso a Novas Tecnologias [___]

Informação sobre a localidade [___]

23. Qual o grau de satisfação que atribui à sua visita a esta localidade? (de 1 a 10)

Muito Insatisfeito										Muito Satisfeito	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		

24. Voltaria ou recomendaria esta unidade turística?

Sim Não

25. Que sugestões deixaria para a unidade turística em que esteve alojado:

MUITO OBRIGADO PELA SUA COLABORAÇÃO!

**ANEXO II – GUIÃO DA ENTREVISTA AOS PROPRIETÁRIOS/ REPRESENTANTES DAS
CASAS DE CAMPO**

Denominação da Unidade Turística _____ Concelho _____

Nome do Proprietário/Representante _____ Data _____

Ponto 1 – A Unidade Turística

- Qual a origem desta unidade turística (história)?
- Quais as características deste edifício? (palácio, solar, apalaçada, rustica, de campo)?
- A ideia para explorar/ construir esta “casa” como unidade turística com as presentes características, surgiu quando e porquê?
- Como se tornou proprietário deste edifício?
- Já tinha experiência na atividade turística? Qual?
- Porque optou pelo TER? E por este tipo de modalidade?
- O proprietário ou o seu representante reside no empreendimento ou nas proximidades?
- Em que ano entrou em funcionamento como unidade TER/modalidade?
- Para abrir esta unidade TER, que procedimentos efetuou? (licenciamento, investimentos, etc.)
- Teve algum apoio? Qual?
- Foi um processo difícil? Porquê?
- Quantas pessoas trabalham neste empreendimento? (família / assalariados?)
- O que oferece aos empregados (têm formação profissional)?
- Empregados da área rural são usados na prestação de serviços turísticos?
- Pertence a alguma Associação? Qual ou quais?
- Como é divulgado o empreendimento?

Ponto 2 – Características da Unidade Turística na esfera da Oferta Turística

Em sua opinião, o que é que esta unidade turística oferece aos visitantes, relativamente a:

- Alojamento (nº de quartos e camas)?
- Localização do alojamento (na casa principal / em anexos)?
- Características arquitetónicas do edifício?
- Decoração de interiores? Qual o tipo de decoração? Porquê essa escolha?
- Equipamentos? [Fundamentais / Piscina (interior/exterior) / TV / Internet / Churrasqueira / Instalações para a prática desportiva (Ténis/Ginásio/Croquet/ Outras)]
- Serviços e atividades complementares de animação e diversão turística (possui algum programa de animação próprio / oferece serviços e atividades de ocasião, associados a datas especiais / recorre a empresas externas de animação)?
- Refeições? (pratos/produtos tradicionais da região, produtos de produção própria)
- Possui uma área de receção e atendimento a hóspedes, no próprio edifício ou em escritório de atendimento situado na freguesia?
- Comercializa produtos artesanais e gastronómicos produzidos no próprio empreendimento ou na região?
- No que concerne a informação escrita disponibilizada aos hóspedes, em que línguas é oferecida para além do português?
- Qual o tipo de informação disponibilizada? [condições gerais da estada / normas de utilização do empreendimento / equipamentos e regras de utilização / áreas do empreendimento reservadas / produtos comercializado (origem e preço) / património da região / eventos tradicionais (religiosos) na região / localização das farmácias e serviços médicos mais próximos / meios de transporte público e vias de acesso / outra]
- No âmbito da sustentabilidade, possui alguma certificação? (qualidade, ambiental /outra)
- Para além destas questões, existe algo mais que seja oferecido por esta unidade de alojamento?

Ponto 3 – Visitantes

- Local de origem (nacionais: da cidade, do campo /estrangeiros: países)
- Faixa etária, género?
- Profissões?
- Famílias / grupos de amigos / grupos de empresas/ etc.?
- Tempo médio de estadia?
- Na sua opinião, quais das opções seguintes atraem os visitantes a uma unidade turística rural?
 - Ambiente Familiar
 - Tranquilidade e Descanso
 - Contacto com a Cultura Local
 - Contacto com a Natureza
 - Atividades no Meio Rural
 - Desenvolvimento Sustentável
 - Contacto com a População Local
 - Grupo de Amigos / Família
 - Outra (especifique)
- Os visitantes mostram-se interessados nas características arquitetónicas do edifício, na sua decoração ou na sua história?
- Qual a opinião dos visitantes sobre o espaço rural e o ambiente envolvente desta casa?
- Quais são as atividades realizadas pelos visitantes durante a sua estadia?
 - Experimentar a Gastronomia Local
 - Comprar Produtos Tradicionais da Zona
 - Atividades Culturais
 - Atividades na Natureza
 - Atividades Desportivas ou de Aventura
 - Outras (especifique)
- Os seus visitantes são habituais ou ocasionais?
- Qual a interatividade com a população local? (Grande / Normal/ Fraca/ Inexistente / Não sabe)
- Qual o grau de satisfação dos seus visitantes no final da estadia?

Ponto 4 - Região

- A população local reage bem a este tipo de turismo e aos turistas?
- Qual é a sua opinião e a da população local sobre o impacto do TER nesta região (benefícios/malefícios)?
- Quais os recursos turísticos desta região? Existe uma exploração correta dos mesmos?
- Que outros tipos de recursos turísticos poderiam ser dinamizados?

Ponto 5 – O TER

- Acha que o TER (Casas de Campo) enfrenta dificuldades? Quais?
- Se respondeu afirmativamente à questão anterior, como se poderiam ultrapassar essas dificuldades?
- Em sua opinião, acha que O TER se diferencia das outras formas de turismo (hotéis, pensões)? Se sim. Porquê?
- Acha que os empreendimentos TER estão a atingir os objetivos propostos inicialmente para este tipo de turismo? Porquê?

ANEXO III - GUIÃO DE ENTREVISTA À ASSOCIAÇÃO MADEIRA RURAL

Nome do Representante _____ Data da Entrevista _____

Ponto 1 – Associação

- Data de formação (iniciativa de quem/ com que meios/ fins)
- Associados (Composição / Nº e tipo de associados)
- Área geográfica de Intervenção
- Quais os direitos e deveres dos sócios e quais as suas reivindicações?
- Possuem Estatutos?
- Que as atividades desenvolve e como?
 - Elabora, financia, encaminha e promove projetos TER?
 - Desenvolve ações de divulgação, como, onde e dirigidas a que públicos
 - Estabelece parcerias? Com quem e com que fins?
 - Materiais de divulgação (tipo de materiais e condições de utilização)?
 - Outras atividades?
- Porque que motivo possui como associados, empreendimentos que não estão licenciados como TER? Acha que o turista consegue diferenciá-los ao aceder à vossa central de reservas/site?

Ponto 2 – Central de Reservas

- Funcionamento e custos para casas e utentes?
- Quais os requisitos para uma casa figurar na central de reservas/ que documentação é solicitada?
- Quem analisa o pedido? Existem critérios? Quais?
- Quem elabora os textos publicitários? A associação ou os proprietários?

Ponto 3 - O turista TER

- Como caracteriza o turista TER:
 - Grupo etário
 - Tempo médio de estadia
 - Habilitações Literárias
 - Estatuto socioeconómico
 - Países de Residência Habitual
 - Épocas de visita (meses)
 - Composição (Individual: sozinho, casal, família / Grupo (nº médio))
 - Meios que utiliza maioritariamente para efetuar as reservas (Internet/TO/AG/Cliente Direto)
 - Motivos de opção por uma unidade TER (estabeleça a prioridade entre as diferentes opções):

Ambiente Familiar	_____
Tranquilidade e Descanso	_____
Contacto com a Cultura Local	_____
Contacto com a População Local	_____
Contacto com a Natureza	_____
Atividades no Meio Rural	_____
Desenvolvimento Sustentável	_____
Outro (especifique)	_____

Ponto 4 - As Unidades TER

- Como Classificaria as Unidades TER na Madeira, na modalidade Casa de Campo (numa escala de 1-10)

Atendimento Pessoal: Profissionalismo ____ Hospitalidade ____
Limpeza e manutenção _____
Equipamento e decoração _____
Estilo Arquitetónico _____
Refeições _____
Animação _____
Contacto com os proprietários do alojamento _____
Localização e arredores _____
Sustentabilidade _____
Relação Qualidade/serviços/preço _____
Acesso a Novas Tecnologias _____
Informação sobre a localidade _____

- Qual a taxa de ocupação das unidades TER? Se baixa, a que poderá dever-se?
- Existe sazonalidade no TER? Se afirmativo, a que poderá dever-se?

Ponto 5 - Os Recursos da RAM para o TER

- Existem recursos turísticos nos concelhos onde o TER está implementado? E variedade de oferta de serviços?
- Esses recursos turísticos são essencialmente de que tipo? Património Natural ou Cultural? Existe uma exploração correta dos mesmos?
- Quanto à Restauração e Animação, existe oferta suficiente? O que falta?
- Os Festivais/Eventos, Costumes e Tradições e a Gastronomia Regional estão bem divulgados e são explorados corretamente?
- Existe alguma diferença substancial entre os recursos turísticos dos diferentes concelhos da Madeira (excluindo o Funchal)? Se sim, Qual?

Ponto 6 - O TER na RAM

- Quando e porque se desenvolveu o TER na RAM?
- Na atualidade, qual o patamar de desenvolvimento do TER? Bom ou ainda pode melhorar? Se sim, em que termos?
- Em relação aos mercados, qual a intenção? Mantê-los ou captar novos mercados? Se Sim, quais os novos mercados a captar?
- Existem impactes positivos do TER no tecido económico e social, na RAM? Quais? Existem estudos?
- Existem impactes negativos do TER no tecido económico e social, na RAM? Quais? Existem estudos?
- O TER enfrenta dificuldades na atualidade? Quais? Como poderiam ser superadas?
- Na promoção do TER, o que tem sido feito e o que se pretende fazer no futuro? A nível da região, das próprias casas de campo e da Associação?
- O que acha do facto de algumas Casas de Campo divulgarem os seus empreendimentos em *sites* da Internet que não são *sites* dirigidos ao turismo rural?
- A nível governamental, com que tipo de apoios pode o TER contar? O que tem sido feito? E o que se pretende fazer em prol do desenvolvimento do TER na Madeira?
- Em sua opinião em que é que o TER se distingue das outras formas de alojamento turístico e em especial do turismo de natureza?

ANEXO IV – HISTORIAL DA ASSOCIAÇÃO MADEIRA RURAL

Fonte: Madeira Rural – Associação em Espaço Rural da Região Autónoma da Madeira (2012).



MADEIRA RURAL ASSOCIAÇÃO DE TURISMO EM ESPAÇO RURAL DA REGIÃO AUTÓNOMA DA MADEIRA



I. INTRODUÇÃO

A MADEIRA RURAL – Associação de Turismo em Espaço Rural da Região Autónoma da Madeira, é associação sem fins lucrativos, de natureza privada, constituída a 10 de Outubro de 2000, pelos empresários representantes das seguintes unidades de alojamento de TER: **Casa Tia Clementina, Casa das Videiras; Quinta da Portada Branca; Vila Joaninha; Casas Campo do Pomar; Casal de São João, Casa do Pau Branco e Quinta do Pântano. Actualmente a Associação é composta pelos seguintes membros:**

Calheta

- [Quinta das Vinhas](#) (Estreito da Calheta)
- [Quinta do Conde](#) (Arco da Calheta)
- [Quinta S.Lourenço](#) (Fajã da Ovelha)
- [Quinta das Vinhas-Casas](#) (Estreito da Calheta)

Câmara de Lobos

- [Vila Afonso](#) (Estreito de Câmara de Lobos)

Funchal

- [Quinta Devónia](#) (Santa Maria Maior)
- [Vila Marta](#) (São Martinho)
- [Quinta da Fonte](#) (Imaculado Coração de Maria)
- [Casa do Papaçao Verde](#) (São Martinho)
- [Quinta Mãe dos Homens](#) (Santa Maria Maior)

Machico

- [Quinta da Capela](#) (Porto da Cruz)
- [Casa da Quinta](#) (S.to António Serra (Machico))
- [Quinta do Pântano](#) (S.to António Serra (Machico))

Ponta do Sol

- [Casa do Retiro](#) (Canhas)

Porto Moniz

- [Casa do Ribeirinho](#) (Porto Moniz)
- [Casa das Videiras](#) (Seixal)

Porto Santo

- [Casa Rosário Coelho](#) (Porto Santo)
- [Hotel Quinta do Serrado](#) (Porto Santo)

Ribeira Brava

- [Fajã dos Padres](#) (Campanário)

Santa Cruz

- [Quinta do Lagar](#) (S.to António Serra)
- [Vila Echium](#) (Caniço)
- [Vila Joaninha](#) (S.to António Serra)
- [Estalagem A Quinta](#) (S.to António Serra)
- [Casas Valleparaízo](#) (Camacha)
- [Vivenda Belo Horizonte](#) (Caniço)

Santana

- [C. Campo do Pomar](#) (Santana)
- [Casa das Proteas](#) (São Jorge)
- [Casa da Tia Clementina](#) (Santana)
- [Refúgio das Camélias](#) (Faial)
- [Quinta da Quebrada](#) (Arco de São Jorge)
- [Casa do Lagar](#) (São Jorge)

São Vicente

- [Casa da Capelinha](#) (Ponta Delgada)
- [Solar de Boaventura](#) (Boa Ventura)
- [Casa da Piedade](#) (São Vicente)

Todas as actividades da Madeira Rural são objecto de domínio público. 14/5/2013 17:37:01

2

MADEIRA RURAL - Aeroporto da Madeira Piso 0 / 9100-105 Santa Cruz – Madeira
 PORTUGAL TEL.: +351 291520868 FAX: +351 291520869 MOBILE: +351 966230212
www.madeira-rural.com/ info@madeira-rural.com



II. ORGANIZAÇÃO

MADEIRA RURAL, tem a sua sede fiscal nas instalações da ADERAM – Agência de Desenvolvimento da Região Autónoma da Madeira tendo no entanto um espaço no Aeroporto Internacional da Madeira, onde tem todo o equipamento da Central da Reservas, assim como os meios de comunicação e técnicos, necessários ao desenvolvimento das suas actividades.

1. MEIOS HUMANOS:

A Madeira Rural possui a colaboração de três Técnicos Superiores.

2. MEIOS FINANCEIROS:

A MADEIRA RURAL tem como principais fontes de financiamento, para além dos recursos financeiros provenientes dos sócios (jóias e quotas), comissão das reservas efectuadas via Central.

A Associação prevê ainda recorrer a parcerias com diversas instituições públicas ou privadas, para prossecução dos seus objectivos.



III. ESTRUTURA

1. ORGÃOS SOCIAIS ACTUAIS:

ORGÃO SOCIAL	CARGO	ALOJAMENTO ASSOCIADO	REPRESENTANTE
ASSEMBLEIA GERAL	Presidente:	Casa do Retiro	Tito Cabral de Noronha
	Vice-Presidente:	Quinta da Capela / Quinta da Fonte	António Gomes Mendonça Estevinho
	Secretário:	Vila Afonso	João Francisco Pereira Afonso

DIRECÇÃO:	Presidente:	Casa das Videiras / Villa Echium	Johnny Vidar Bjelkaroy
	Vice-Presidente:	Casa Tia Clementina	Ricardo Jorge Machado de Almada Nascimento
	Vice-Presidente:	Quinta do Pântano	Emanuel Silvestre Freitas Pereira
	Vice-Presidente:	Vivenda Belo Horizonte	José Alberto Pires Pestana
	Vice-Presidente:	Refúgio das Camélias	Eleutério Freitas Candelária

CONSELHO FISCAL:	Quinta Devónia/Ribeiro Frio Cottages	Martin Cardoso
	Casas Valleparaízo	Sofia da Câmera
	Casa Rosário Coelho	Joana Justa

Todas as actividades da Madeira Rural são objecto de dominio público. 14/5/2013 17:37:01

4

MADEIRA RURAL - Aeroporto da Madeira Piso 0 / 9100-105 Santa Cruz – Madeira
 PORTUGAL TEL.: +351 291520868 FAX: +351 291520869 MOBILE: +351 966230212
www.madeira-rural.com / info@madeira-rural.com



IV. MISSÃO

Promover e Desenvolver o Turismo em Espaço Rural da Região Autónoma da Madeira.

V. OBJECTIVOS

- Coordenar a comercialização e promoção conjunta, publicidade, relações públicas de todos os seus associados;
- Controlar a qualidade do serviço prestado pelos membros da associação;
- Promover a formação profissional dos associados no âmbito da actividade turística;
- Prestação de serviços aos associados no domínio da actividade turística no espaço rural;
- Promover e desenvolver iniciativas de desenvolvimento do turismo em espaço rural, com entidades públicas e privadas;
- Apoiar as actividades comerciais dos seus associados, tendo em vista o desenvolvimento dos critérios que regem o turismo em espaço rural;
- Zelar pelos interesses legítimos dos seus associados;
- Dar a conhecer a oferta de turismo rural da Região Autónoma da Madeira, assim como as actividades que contribuam para o seu desenvolvimento.

Todas as actividades da Madeira Rural são objecto de dominio público. 14/5/2013 17:37:01

5

MADEIRA RURAL - Aeroporto da Madeira Piso 0 / 9100-105 Santa Cruz – Madeira
PORTUGAL TEL.: +351 291520868 FAX: +351 291520869 MOBILE: +351 966230212
www.madeira-rural.com / info@madeira-rural.com



VI. HISTORIAL

Para a prossecução dos objectivos, a MADEIRA RURAL desde a sua fundação a 10 de Outubro de 2000 tem vindo a efectuar as seguintes actividades:

☛ 2000 – A 10 de Outubro teve lugar a criação formal e oficial da Madeira Rural – Associação de Turismo em Espaço Rural da Região Autónoma da Madeira. Formalizaram este acto os representantes das seguintes unidades de alojamento de Turismo em Espaço Rural: Casa Tia Clementina, Casa das Videiras; Quinta da Portada Branca; Vila Joaninha; Casas Campo do Pomar; Casal de São João, Casa do Pau Branco e Quinta do Pântano.

☛ 2002-2003 – Início da recolha e tratamento de toda a informação relativa á oferta turística regional ao nível rural.

☛ 2003 – Maio - Abertura do Escritório da Madeira Rural, Situado nas Grutas de São Vicente, resultante de uma parceria tripartida, entre a Associação, a ADERAM (Agência de Desenvolvimento da RAM e a Câmara Municipal de São Vicente.

☛ 2003 - Acções de promoção de T.E.R, nomeadamente:

- Participação na Feira do Desporto realizada em Novembro 2000;
- Participação na Expoempresas, a 1ª mostra empresarial de negócios da Madeira;



Todas as actividades da Madeira Rural são objecto de dominio público. 14/5/2013 17:37:01

6

MADEIRA RURAL - Aeroporto da Madeira Piso 0 / 9100-105 Santa Cruz – Madeira
PORTUGAL TEL.: +351 291520868 FAX: +351 291520869 MOBILE: +351 966230212
www.madeira-rural.com / info@madeira-rural.com



- ✿ 2004 - Lançamento do site www.madeira-rural.com.
- ✿ 2004 - Criação de uma Central de Reservas do Turismo em Espaço Rural que congregasse em si as mais modernas características e facilidades tecnológicas.
- ✿ 2004 - A Madeira Rural foi a primeira entidade regional a possuir uma central de reservas com pagamentos de cartão de crédito online em tempo real e com confirmação imediata da aquisição do serviço.
- ✿ 2004-2005 - Foram adicionadas mais-valias ao projecto da Central de Reservas do Turismo em Espaço Rural quer na actualização, quer na optimização do site da Madeira Rural nos principais motores de busca. O objectivo foi estar visível aos cibernautas que efectuem pesquisas relacionadas com o destino Madeira.
- ✿ 2005 – Madeira Rural realizou o seu escritório, passando a desenvolver as suas actividades no Aeroporto da Madeira, Piso 0, na Cidade de Santa Cruz.
- ✿ 2005 – Recebidas verbas referentes ao contracto - programa com a Secretaria Regional de Turismo e Cultura, no valor de 50.000 Euros.
- ✿ 2005 – Foi aumentada a visibilidade das actividades desenvolvidas traduzida na entrada para a Associação de novos associados tornando a Madeira Rural como a grande dinamizadora e aglutinadora do Turismo em Espaço Rural da Região Autónoma da Madeira.
- ✿ 2006 – Foi lançado pela Madeira Rural o Primeiro Guia de Turismo em Espaço Rural da Região Autónoma da Madeira, nas suas versões em Português e Inglês.

Todas as actividades da Madeira Rural são objecto de dominio público. 14/5/2013 17:37:01

7

MADEIRA RURAL - Aeroporto da Madeira Piso 0 / 9100-105 Santa Cruz – Madeira
PORTUGAL TEL.: +351 291520868 FAX: +351 291520869 MOBILE: +351 966230212
www.madeira-rural.com / info@madeira-rural.com



☛ 2006 – Participação da ITB, Feira de Turismo de Berlim, como colaborador de algumas organizações regionais tendo em vista ao desenvolvimento de parcerias com congéneres internacionais.

☛ 2007 – Participação na BTL - Bolsa de Turismo de Lisboa de forma a potenciar contactos com alguns operadores específicos dedicados ao Eco turismo, Turismo de Natureza e Turismo em Espaço Rural.



☛ 2007 – Estabelecimento de contactos e relações de cooperação institucional com as diversas entidades e empresas responsáveis pela promoção turística, nomeadamente:

- Direcção Regional de Turismo e Transportes – Nas diversas iniciativas promovidas.
- Associação de Promoção da Madeira AP-Madeira, colaboração nos projectos de promoção de segmentos turísticos, nomeadamente do Turismo em Espaço Rural.
- Outras Associações - Cooperação com congéneres nacionais e internacionais tendo em vista o intercâmbio e aproveitamento de sinergias para um maior desenvolvimento e articulação do Turismo em Espaço Rural face ao mercado turístico global.
 - Casas Açorianas / ACANTUR – Canárias / Eurogîtes.



☛ 2007 – Patrocínio da V Feira das Sopas, realizada pela Casa do Povo de Boaventura.



☛ 2007 – Madeira Rural lança o Guia de Turismo em Espaço Rural, na sua versão francesa.

☛ 2007 – Viagem à Suíça, integrado na comitiva do Município da Calheta no âmbito da entrega do prémio “Swiss Tourism Awards 2007”, recebido em Lugano, pela sua evolução Turística. Participação na respectiva feira.



☛ 2007/ 2008 – Recebidas confirmações do Registo Marca Madeira Rural, nas seguintes modalidades:

- Registo de Marca Nacional;
- Registo de Nome Estabelecimento Comercial;
- Registo de Logótipo.

Todas as actividades da Madeira Rural são objecto de dominio público. 14/5/2013 17:37:01

9

MADEIRA RURAL - Aeroporto da Madeira Piso 0 / 9100-105 Santa Cruz – Madeira
PORTUGAL TEL.: +351 291520868 FAX: +351 291520869 MOBILE: +351 966230212
www.madeira-rural.com / info@madeira-rural.com



- ☛ 2008 – Participação na Feira de Vakantiebeurs 2008, Feira na Holanda dedicada ao público em Geral e a pequenos operadores.



- ☛ 2008 – Patrocínio da VI Feira das Sopas, realizada pela Casa do Povo de Boaventura.



- ☛ 2008 - Pedido de Utilidade Pública – Em fase final. Todos os pareceres foram entregues, é aguardada a conclusão deste processo.
- ☛ 2008 – Diversos artigos na comunicação social regional referente ao Turismo em Espaço Rural e sua importância para o meio local.
- ☛ 2008 – Apresentação da I Conferência realizada pela Madeira Rural, no âmbito do seu Plano de Actividades.
- ☛ 2008 – Apresentação do novo site da Madeira Rural.

Todas as actividades da Madeira Rural são objecto de dominio público. 14/5/2013 17:37:01

10

MADEIRA RURAL - Aeroporto da Madeira Piso 0 / 9100-105 Santa Cruz – Madeira
PORTUGAL TEL.: +351 291520868 FAX: +351 291520869 MOBILE: +351 966230212
www.madeira-rural.com / info@madeira-rural.com



- ✿ 2009 – Patrocínio da VII Feira das Sopas, realizada pela Casa do Povo de Boaventura.
- ✿ 2009 – II Conferência realizada pela Madeira Rural, no âmbito do seu Plano de Actividades.
- ✿ 2009 – Melhorias no Site da Central de Reservas.
- ✿ 2009 – Aposta nas Redes Sociais em temas de divulgação.
- ✿ 2009 – Lançamento do Sistema de Afiliados.
- ✿ 2009 – Lançamento do Mini site da Madeira Rural – Sistema Iframe, possibilitando outros sites e parceiros promoverem e efectuarem reservas nos alojamentos da Central de Reservas, com compensação financeira.
- ✿ 2010 – Campanha publicitária no Guia Petit Futé, na Edição 2010-2011.
- ✿ 2010 – Patrocínio da VIII Feira das Sopas, realizada pela Casa do Povo de Boaventura.
- ✿ 2010 – Artigo na revista de bordo da JET2 (JET2Magazine), lançada no número Abril / Maio 2010.
- ✿ 2010 - Lançamento jogo/concurso no site da Petit Futé, concurso activo durante o mês de Julho: <http://www.petitfute.com/members/index/viewconcours>



Todas as actividades da Madeira Rural são objecto de dominio público. 14/5/2013 17:37:01

11

MADEIRA RURAL - Aeroporto da Madeira Piso 0 / 9100-105 Santa Cruz – Madeira
PORTUGAL TEL.: +351 291520868 FAX: +351 291520869 MOBILE: +351 966230212
www.madeira-rural.com/ info@madeira-rural.com



- ☛ 2010 – Julho - Colaboração com a Associação de Promoção da Madeira, nas filmagens de novo programa para a rede de canais do Grupo TV5 Monde.
- ☛ 2010 – 10/10/2010 - 10º Aniversário da Madeira Rural, celebrado na FNAC Madeira com a presença da Secretária Regional de Turismo e Transportes e a Directora Executiva da AP-Madeira.
- ☛ 2011 – [Lançamento Página Fãs – Madeira Rural](#) (Em substituição da [página de perfil](#)), que desde 2009 está online.
- ☛ 2011 – Lançamento do [Sistema de Reserva via Facebook](#).
- ☛ 2011 – Lançamento dos programas filmados em Julho de 2010, na rede de canais do grupo TV5 Monde, quatro programas, dois relativos ao destino Madeira e dois alusivos ao Turismo em Espaço Rural. Estes programas serão repostos cerca de 240 vezes ao longo de 2011/2012. Links dos programas:
 - [Madeira Rural Itineris.avi](#)
 - [Madeira Rural Courts Sejours.avi](#)
 - [Madeira Itineris.avi](#)
 - [Madeira Courts Sejours.avi](#)
- ☛ 2011 – Lançamento da série Madeira Rural pela RTP-Madeira, programa tendo por pano de fundo o turismo em espaço rural, nomeadamente os alojamentos nossos associados.

09-08-2011 - Funchal;
16-08-2011 - Calheta
23-08-2011 - Câmara de Lobos e Ponta do Sol
30-08-2011 - Machico
06-09-2011 - Porto Moniz
13-09-2011 - Porto Santo
20-09-2011 - Ribeira Brava
27-09-2011 - Santa Cruz
04-10-2011 - Santana
11-10-2011 - Santana II
18-10-2011 - São Vicente
25-10-2011 - Funchal II



- ☛ 2011 – Promoção na Noruega – Oslo, porta-a-porta nas agências.
- ☛ 2011 – Diversos Artigos em Blogs e Revistas nacionais e estrangeiras.
- ☛ 2012 – Janeiro/Fevereiro: Artigo Revista Dinamarquesa: [Seoghoer](#)
- ☛ 2012 – Junho - Apoio Madeira Island Ultra Trail
- ☛ 2012 – Setembro - [Reportagem da Revista Espanhola Oxigeno](#) – (Na sequência do apoio aos Jornalistas por altura do MIUT 2012).

A Madeira Rural - Associação de Turismo em Espaço Rural da Região Autónoma da Madeira, considera fundamental estimular as parcerias públicas e privadas de forma a congregar em torno de um objectivo comum, o maior número possível de entidades.

Assim, consideramos V. Exa. não apenas um parceiro, mas também um defensor do desenvolvimento sustentável das áreas rurais da Região Autónoma da Madeira.

www.madeira-rural.com

info@madeira-rural.com

www.madeira-rural.com

www.facebook.com/madeiraruralfb

www.twitter.com/madeirarural

A Direcção da Madeira Rural

ANEXO V – ESTATUTOS DA ASSOCIAÇÃO MADEIRA RURAL

Fonte: Madeira Rural – Associação em Espaço Rural da Região Autónoma da Madeira

Anexo V.1 - Estatutos Aprovados a 10.10.2000 e alterados a 28.11.2003, por Escritura Pública

MADEIRA RURAL - Associação de Turismo em Espaço Rural da Região Autónoma da Madeira



ESTATUTOS DA ASSOCIAÇÃO DE TURISMO EM ESPAÇO RURAL DA REGIÃO AUTÓNOMA DA MADEIRA

Aprovados a 10.10.2000 e alterados a 28.11.2003, por Escritura Pública.

CAPÍTULO I

Denominação, duração, sede, objecto e fins

Primeiro

É constituída, por tempo indeterminado, uma associação pessoa colectiva de direito privado sem fins lucrativos, que adopta a denominação "Madeira Rural - Associação de Turismo em Espaço Rural da Região Autónoma da Madeira".

Segundo

A Madeira Rural terá sede na Rua do Esmeraldo, n.º 41, na cidade do Funchal e exerce a sua actividade no âmbito territorial de toda a Região Autónoma da Madeira.

Tercero

Os objectivos da Associação são os seguintes:

Coordenar a comercialização e promoção conjunta, publicidade, relações públicas de todos os seus associados;

Controlar a qualidade do serviço prestado pelos membros da associação;

Promover a formação profissional dos associados no âmbito da actividade turística;

Prestação de serviços aos associados no domínio da actividade turística no espaço rural;

Promover e desenvolver iniciativas de desenvolvimento do turismo em espaço rural, com entidades públicas e privadas;

Apoiar as actividades comerciais dos seus associados, tendo em vista o desenvolvimento dos critérios que regem o turismo em espaço rural;

Zelar pelos interesses legítimos dos seus associados;

Dar a conhecer a oferta de turismo rural da Região Autónoma da Madeira, assim como as actividades que contribuam para o seu desenvolvimento.

CAPÍTULO II

Dos Associados

Quarto

1. Podem ser associados da Madeira Rural as pessoas singulares e colectivas ou seus representantes, que estejam interessadas na prossecução dos fins da associação e que desenvolvam uma actividade relacionada com:

- a) Alojamento em unidades de turismo em espaço rural conforme definidas em regulamento próprio, aprovado pela Assembleia Geral.



- b) Actividades e serviços complementares de animação e diversão que se destinem à ocupação dos tempos livres dos turistas e contribuam para a divulgação das características, produtos e tradições da Região.

*Alteração por Escritura Pública de 28.11.2003, do 2.º parágrafo correspondente à actual alínea a).
Redacção anterior: "Casas de turismo de habitação, de turismo rural, de agro-turismo, de turismo de aldeia e casas de campo rurais;"*

Quinto

Constituem direitos dos associados:

- Participar e votar nas Assembleias Gerais;
- Eleger e ser eleito para os órgãos sociais;
- Participar como membro das Comissões de Trabalho;
- Solicitar informações sobre as actividades da Associação.

Sexto

Constituem deveres dos Associados:

- Cumprir as obrigações estatutárias e regulamentares bem como as deliberações dos órgãos sociais;
- Exercer os cargos sociais para que sejam eleitos ou designados;
- Pagar a jóia e quotas que forem estabelecidas;
- Colaborar nas actividades da Madeira Rural e contribuir na medida das suas possibilidades para a realização dos objectivos estatutários, de harmonia com os regulamentos e as directivas emanadas dos órgãos sociais.

Sétimo

Sem prejuízo do que vier a ser estabelecido no Regulamento de Funcionamento perdem a qualidade de associados, aqueles que:

- Solicitem a sua desvinculação, mediante comunicação por escrito à Direcção, que por sua vez dará conhecimento ao Presidente da Mesa da Assembleia Geral.
- Deixem de cumprir as obrigações estatutárias e os regulamentos ou atentem contra os interesses da Madeira Rural.

Alteração por Escritura Pública de 28.11.2003, do 1.º parágrafo, correspondente ao actual corpo do artigo. Redacção anterior: "Perdem a qualidade de associados, aqueles que:"

CAPÍTULO III Dos órgãos

Oitavo

Os órgãos sociais da Madeira Rural são a Assembleia Geral, a direcção e o conselho fiscal, sendo o mandato dos seus membros renovável.



Da Assembleia Geral **Nono**

1. A Assembleia Geral é constituída por todos os associados no pleno gozo dos seus direitos associativos e as suas deliberações seguem os termos dos presentes estatutos e da lei.
2. As reuniões da Assembleia Geral são dirigidas por uma mesa constituída por um presidente, um vice-presidente e um secretário.
3. Na falta ou impedimento do presidente da mesa, será o mesmo substituído pelo vice-presidente.

Alteração por Escritura Pública de 28.11.2009, do n.º 2. Redacção anterior: "2. As reuniões da Assembleia Geral são dirigidas por uma mesa constituída por um presidente, um vice-presidente e um secretário, eleitos por períodos de três anos, de entre todos os associados."

Décimo

1. A Assembleia Geral reúne ordinariamente até trinta e um de Março de cada ano para discutir e votar o relatório e contas da direcção e o respectivo parecer do conselho fiscal, relativos ao exercício do ano anterior e até quinze de Dezembro de cada ano para aprovar o plano de actividade e orçamento do ano seguinte e para a realização de eleições quando for caso disso.
2. A Assembleia Geral reúne extraordinariamente sempre que convocada pelo presidente da mesa, por iniciativa deste, da direcção ou do conselho fiscal e ainda a requerimento de dois terços dos associados ao presidente da mesa da Assembleia Geral.

Décimo Primeiro

As Assembleias Gerais são convocadas por carta registada com indicação do dia, hora, local da reunião e ordem de trabalhos, endereçada aos associados com antecedência mínima de quinze dias.

Décimo Segundo

As deliberações da Assembleia Geral, consignadas em acta, são tomadas por maioria absoluta dos votos apurados, salvo os casos exceptuados na lei e nos estatutos.

No caso de empate o presidente da mesa dispõe de voto de qualidade.
Cada associado tem direito a um voto.

Décimo Terceiro

A Assembleia não pode deliberar, em primeira convocatória, sem a presença de metade dos seus associados.

Passada meia hora a Assembleia Geral deliberará em segunda convocatória com qualquer número de associados desde que assim conste do respectivo aviso convocatório.

Décimo Quarto

Compete à Assembleia Geral:

3



- a) Eleger e destituir os titulares dos órgãos;
- b) Apreçar e votar o relatório de contas da direcção, bem como o parecer do conselho fiscal relativo ao respectivo exercício;
- c) Apreçar e votar os planos anuais e plurianuais de actividades a realizar pela Madeira Rural, bem como o orçamento anual e orçamentos suplementares, se os houver;
- d) Apreçar as propostas da direcção e deliberar sobre elas;
- e) Deliberar sobre a saída e exclusão dos Associados conforme o Regulamento de Funcionamento da Associação;
- f) Aprovar os Regulamentos que a direcção entenda necessários;
- g) Deliberar sobre a alteração dos estatutos e dos regulamentos, velar pelo seu cumprimento, interpretá-los e resolver os casos omissos;
- h) Deliberar sobre a dissolução da Madeira Rural;
- i) Deliberar sobre outros assuntos de interesse para a Madeira Rural não cometidos por lei ou pelos Estatutos a outros órgãos sociais, por sua iniciativa ou sob proposta da direcção.

Alteração por Escritura Pública de 28.11.2003, da alínea e). Redacção anterior: "e) Deliberar sobre a admissão, saída e exclusão dos Associados."

Da Direcção

Décimo Quinto

1. A Direcção da Madeira Rural é composta por cinco membros, sendo um Presidente e quatro Vice-Presidentes.
2. Os membros da Direcção poderão ser remunerados nos termos em que for deliberado em Assembleia Geral.

Alteração por Escritura Pública de 28.11.2003 do 1.º parágrafo correspondente ao actual n.º 1. Redacção anterior: "A Direcção da Madeira Rural é composta por três membros, sendo um Presidente, um Vice-Presidente e um vogal."

Décimo Sexto

A Direcção reúne ordinariamente pelo menos uma vez por trimestre e extraordinariamente sempre que o julgue conveniente por convocação do Presidente.

A Direcção funcionará com a presença da maioria dos seus membros sendo as deliberações lavradas em acta, tomadas por maioria dos votos dos membros presentes, tendo o Presidente, além do seu voto, direito de voto em caso de empate.

Décimo Sétimo

Compete à Direcção praticar todos os actos necessários à prossecução do objecto social, designadamente os seguintes:

- a) Executar e zelar pelo cumprimento das deliberações da Assembleia Geral;
- b) Administrar os bens da Associação e dirigir a sua actividade podendo para esse efeito, contratar pessoal e colaboradores fixando as respectivas condições de

4



trabalho e exercendo a respectiva disciplina, de acordo com o quadro de pessoal fixado em Assembleia Geral:

- c) Constituir mandatários, os quais obrigarão a Associação de acordo com a extensão dos respectivos mandatos;
- d) Fixar a orgânica interna e elaborar regulamentos internos de funcionamento da Madeira Rural e submetê-los à Assembleia Geral;
- e) Elaborar o relatório anual de contas de exercício, planos anuais e plurianuais dos investimentos, orçamentos anuais e outros documentos de natureza idêntica que se mostrem necessários a uma adequada gestão económica e financeira da Associação e submetê-los à Assembleia Geral;
- f) Dirigir o serviço de expediente e tesouraria;
- g) Contrair empréstimos e estabelecer contratos de obtenção de créditos com instituições bancárias ou similares, previamente aprovados em Assembleia Geral;
- h) Estabelecer acordos, contratos jurídicos e protocolos com entidades públicas ou privadas que contribuam para o desenvolvimento do objecto da Associação;
- i) Aceitar heranças, donativos ou legados;
- j) Representar a Madeira Rural em juízo ou for a dele;
- k) Admitir associados, conforme o Regulamento de Funcionamento da Madeira Rural;
- l) Exercer as demais atribuições da lei e dos estatutos.

Alteração por Escritura Pública de 28.11.2003, que introduziu as alíneas nos parágrafos e aditou a alínea k).

Décimo Oitavo

A Associação obriga-se com a assinatura conjunta de dois membros da direcção.

Do Conselho Fiscal

Décimo Nono

O Conselho Fiscal é o órgão de fiscalização e controlo da associação, e é constituído por três membros que elegerão entre si o respectivo Presidente.

Vigésimo

1. Compete ao Conselho Fiscal:

Examinar anualmente a gestão económico-financeira da direcção e apresentar o respectivo relatório à Assembleia Geral;

Vigiar pela observância da lei e dos estatutos;

Dar parecer sobre a alienação de bens que a direcção pretenda efectuar.

2. O Conselho Fiscal reunirá ordinariamente uma vez por ano e extraordinariamente sempre que o presidente o convocar.

As deliberações do conselho fiscal serão registadas em livro de actas próprio.



Vigésimo Primeiro

1. Os órgãos são eleitos por mandatos de três anos, podendo prolongar-se até quatro anos.
2. Os cargos sociais são exercidos gratuitamente, salvo deliberação da Assembleia Geral.
3. A eleição para os órgãos sociais é efectuada por voto secreto em Assembleia Geral convocada para o efeito.

Alteração por Escritura Pública de 28.11.2003 do 1.º parágrafo correspondente ao actual n.º1, Redacção anterior: "O mandato da mesa da Assembleia Geral, da direcção e do conselho fiscal é de três anos."

CAPÍTULO IV Do Património Social

Vigésimo Segundo

Constituem património social da Madeira Rural todos os bens, valores ou serviços que, com essa finalidade, derem entrada na Associação.

Vigésimo Terceiro

Constituem receitas da Madeira Rural:

- A jóia e quotas pagas pelos Associados;
- Legados, subvenções e doações que recaba a qualquer título;
- Quaisquer outros rendimentos que sejam legais e se enquadrem no objecto da Madeira Rural.

Vigésimo Quarto

As despesas da Madeira Rural são as que resultarem do exercício das suas actividades, em cumprimento dos seus Estatutos e Regulamentos e ainda as que lhe forem impostas por lei.

CAPÍTULO V Alteração dos Estatutos

Vigésimo Quinto

1. Os presentes estatutos só poderão ser alterados em Assembleia Geral, convocada expressamente para esse fim com voto favorável da maioria de três quartos dos associados presentes.
2. Para efeitos do disposto no número anterior, a Assembleia Geral só poderá funcionar em primeira convocatória quando estejam presentes pelo menos metade de todos os associados. Em Segunda convocatória a qual não se verificará antes de decorrida uma hora sobre a primeira, a Assembleia Geral poderá deliberar qualquer que seja o número de associados presentes.



CAPÍTULO VI Dissolução e Liquidação

Vigésimo Sexto

A Associação poderá ser dissolvida pela Assembleia Geral, expressamente convocada para o efeito, por voto favorável de três quartos do número de todos os associados.

Dissolvida a Madeira Rural a Assembleia Geral deverá nomear imediatamente a comissão liquidatária, definindo o seu estatuto e indicando o destino do activo líquido se houver.

O activo líquido, depois de excluídos os bens que tenham sido doados ou deixados com quaisquer encargos ou estejam a um certo fim, será distribuído aos associados de acordo e na proporção do respectivo concurso em bens e serviços para o património da Associação, qualquer que seja a forma ou momento em que tal concurso haja sido realizado.

CAPÍTULO VII Disposição Final e Transitória

Vigésimo Sétimo

Os associados fundadores ficam desde já constituídos em Direcção Provisória, até à nomeação dos órgãos sociais em Assembleia Geral convocada para o efeito, a realizar nos termos do artigo décimo terceiro dos presentes Estatutos.

Anexo V.2 - Estatutos alterados em Assembleia Geral a 16.11.2012

MADEIRA RURAL - Associação de Turismo em Espaço Rural da Região Autónoma da Madeira



ESTATUTOS DA ASSOCIAÇÃO DE TURISMO EM ESPAÇO RURAL DA REGIÃO AUTÓNOMA DA MADEIRA

Aprovados a 10.10.2000, alterados a 28.11.2003, por Escritura Pública e em Assembleia Geral a 16-11-2012.

CAPÍTULO I

Denominação, duração, sede, objecto e fins

Primeiro

É constituída, por tempo indeterminado, uma associação pessoa colectiva de direito privado sem fins lucrativos, que adopta a denominação “Madeira Rural - Associação de Turismo em Espaço Rural da Região Autónoma da Madeira”.

Segundo

A Madeira Rural terá sede na Rua do Esmeraldo, n.º 41, na cidade do Funchal e exerce a sua actividade no âmbito territorial de toda a Região Autónoma da Madeira.

Terceiro

Os objectivos da Associação são os seguintes:

Coordenar a comercialização e promoção conjunta, publicidade, relações públicas de todos os seus associados;

Controlar a qualidade do serviço prestado pelos membros da associação;

Promover a formação profissional dos associados no âmbito da actividade turística;

Prestação de serviços aos associados no domínio da actividade turística no espaço rural;

Promover e desenvolver iniciativas de desenvolvimento do turismo em espaço rural, com entidades públicas e privadas;

Apoiar as actividades comerciais dos seus associados, tendo em vista o desenvolvimento dos critérios que regem o turismo em espaço rural;

Zelar pelos interesses legítimos dos seus associados;

Dar a conhecer a oferta de turismo rural da Região Autónoma da Madeira, assim como as actividades que contribuam para o seu desenvolvimento.



CAPÍTULO II Dos Associados

Quarto

1. Podem ser associados da Madeira Rural as pessoas singulares e colectivas, que estejam interessadas na prossecução dos fins da associação e que desenvolvam uma actividade relacionada com:
 - a) Alojamento em unidades de turismo em espaço rural, alojamento turístico, alojamento local ou equiparado conforme definidas em regulamento próprio, aprovado pela Assembleia Geral.
 - b) Actividades e serviços complementares de animação e diversão que se destinem à ocupação dos tempos livres dos turistas e contribuam para a divulgação das características, produtos e tradições da Região.

*Alteração por Escritura Pública de 28.11.2003, do 2.º parágrafo correspondente à actual alínea a).
Redacção anterior: "Casas de turismo de habitação, de turismo rural, de agro-turismo, de turismo de aldeia e casas de campo rurais;"*

Quinto

Constituem direitos dos associados:

- a) Participar e votar nas Assembleias Gerais;
- b) Eleger e ser eleito para os órgãos sociais;
- c) Participar como membro das Comissões de Trabalho;
- d) Solicitar informações sobre as actividades da Associação.

Sexto

Constituem deveres dos Associados:

- Cumprir as obrigações estatutárias e regulamentares bem como as deliberações dos órgãos sociais;
- Exercer os cargos sociais para que sejam eleitos ou designados;
- Pagar a jónia e quotas que forem estabelecidas;
- Colaborar nas actividades da Madeira Rural e contribuir na medida das suas possibilidades para a realização dos objectivos estatutários, de harmonia com os regulamentos e as directivas emanadas dos órgãos sociais.

Sétimo

Sem prejuízo do que vier a ser estabelecido no Regulamento de Funcionamento perdem a qualidade de associados, aqueles que:

- a) Solicitem a sua desvinculação, mediante comunicação por escrito à Direcção, que por sua vez dará conhecimento ao Presidente da Mesa da Assembleia Geral.
- b) Deixem de cumprir as obrigações estatutárias e os regulamentos ou atentem contra os interesses da Madeira Rural.

2



Alteração por Escritura Pública de 28.11.2003, do 1.º parágrafo, correspondente ao actual corpo do artigo. Redacção anterior: "Perdem a qualidade de associados, aqueles que:"

CAPÍTULO III Dos órgãos

Oitavo

Os órgãos sociais da Madeira Rural são a Assembleia Geral, a direcção e o conselho fiscal, sendo o mandato dos seus membros renovável.

Da Assembleia Geral

Nono

1. A Assembleia Geral é constituída por todos os associados no pleno gozo dos seus direitos associativos e as suas deliberações seguem os termos dos presentes estatutos e da lei.
2. As reuniões da Assembleia Geral são dirigidas por uma mesa constituída por um presidente, um vice-presidente e um secretário.
3. Na falta ou impedimento do presidente da mesa, será o mesmo substituído pelo vice-presidente.

Alteração por Escritura Pública de 28.11.2003, do n.º 2. Redacção anterior: "2. As reuniões da Assembleia Geral são dirigidas por uma mesa constituída por um presidente, um vice-presidente e um secretário, eleitos por períodos de três anos, de entre todos os associados."

Décimo

1. A Assembleia Geral reúne ordinariamente até trinta e um de Março de cada ano para discutir e votar o relatório e contas da direcção e o respectivo parecer do conselho fiscal, relativos ao exercício do ano anterior e até quinze de Dezembro de cada ano para aprovar o plano de actividade e orçamento do ano seguinte e para a realização de eleições quando for caso disso.
2. A Assembleia Geral reúne extraordinariamente sempre que convocada pelo presidente da mesa, por iniciativa deste, da direcção ou do conselho fiscal e ainda a requerimento de dois terços dos associados ao presidente da mesa da Assembleia Geral.

Décimo Primeiro

As Assembleias Gerais são convocadas por **correio eletrónico**, com indicação do dia, hora, local da reunião e ordem de trabalhos, endereçada aos associados com antecedência mínima de quinze dias.

Décimo Segundo

As deliberações da Assembleia Geral, consignadas em acta, são tomadas por maioria absoluta dos votos apurados, salvo os casos exceptuados na lei e nos estatutos.

No caso de empate o presidente da mesa dispõe de voto de qualidade.

Cada associado tem direito a um voto.

3



Décimo Terceiro

A Assembleia não pode deliberar, em primeira convocatória, sem a presença de metade dos seus associados.

Passada meia hora a Assembleia Geral deliberará em segunda convocatória com qualquer número de associados desde que assim conste do respectivo aviso convocatório.

Décimo Quarto

Compete à Assembleia Geral:

- a) Eleger e destituir os titulares dos órgãos;
- b) Apreciar e votar o relatório de contas da direcção, bem como o parecer do conselho fiscal relativo ao respectivo exercício;
- c) Apreciar e votar os planos anuais e plurianuais de actividades a realizar pela Madeira Rural, bem como o orçamento anual e orçamentos suplementares, se os houver;
- d) Apreciar as propostas da direcção e deliberar sobre elas;
- e) Deliberar sobre a saída e exclusão dos Associados conforme o Regulamento de Funcionamento da Associação;
- f) Aprovar os Regulamentos que a direcção entenda necessários;
- g) Deliberar sobre a alteração dos estatutos e dos regulamentos, velar pelo seu cumprimento, interpretá-los e resolver os casos omissos;
- h) Deliberar sobre a dissolução da Madeira Rural;
- i) Deliberar sobre outros assuntos de interesse para a Madeira Rural não cometidos por lei ou pelos Estatutos a outros órgãos sociais, por sua iniciativa ou sob proposta da direcção.

Alteração por Escritura Pública de 28.11.2003, da alínea e). Redacção anterior: "e) Deliberar sobre a admissão, saída e exclusão dos Associados;"

Da Direcção

Décimo Quinto

1. A Direcção da Madeira Rural é composta por cinco membros, sendo um Presidente e quatro Vice-Presidentes.
2. Os membros da Direcção poderão ser remunerados nos termos em que for deliberado em Assembleia Geral.

Alteração por Escritura Pública de 28.11.2003 do 1.º parágrafo correspondente ao actual n.º 1. Redacção anterior: "A Direcção da Madeira Rural é composta por três membros, sendo um Presidente, um Vice-Presidente e um vogal."



Décimo Sexto

A Direcção reúne ordinariamente pelo menos uma vez por trimestre e extraordinariamente sempre que o julgue conveniente por convocação do Presidente.

A Direcção funcionará com a presença da maioria dos seus membros sendo as deliberações lavradas em acta, tomadas por maioria dos votos dos membros presentes, tendo o Presidente, além do seu voto, direito de voto em caso de empate.

Décimo Sétimo

Compete à Direcção praticar todos os actos necessários à prossecução do objecto social, designadamente os seguintes:

- a) Executar e zelar pelo cumprimento das deliberações da Assembleia Geral;
- b) Administrar os bens da Associação e dirigir a sua actividade podendo para esse efeito, contratar pessoal e colaboradores fixando as respectivas condições de trabalho e exercendo a respectiva disciplina, de acordo com o quadro de pessoal fixado em Assembleia Geral;
- c) Constituir mandatários, os quais obrigarão a Associação de acordo com a extensão dos respectivos mandatos;
- d) Fixar a orgânica interna e elaborar regulamentos internos de funcionamento da Madeira Rural e submetê-los à Assembleia Geral;
- e) Elaborar o relatório anual de contas de exercício, planos anuais e plurianuais dos investimentos, orçamentos anuais e outros documentos de natureza idêntica que se mostrem necessários a uma adequada gestão económica e financeira da Associação e submetê-los à Assembleia Geral;
- f) Dirigir o serviço de expediente e tesouraria;
- g) Contrair empréstimos e estabelecer contratos de obtenção de créditos com instituições bancárias ou similares, previamente aprovados em Assembleia Geral;
- h) Estabelecer acordos, contratos jurídicos e protocolos com entidades públicas ou privadas que contribuam para o desenvolvimento do objecto da Associação;
- i) Aceitar heranças, donativos ou legados;
- j) Representar a Madeira Rural em juízo ou fora dele;
- k) Admitir associados, conforme o Regulamento de Funcionamento da Madeira Rural;
- l) Exercer as demais atribuições da lei e dos estatutos.

Alteração por Escritura Pública de 28.11.2003, que introduziu as alíneas nos parágrafos e aditou a alínea k).



Décimo Oitavo

A Associação obriga-se com a assinatura conjunta de dois membros da direcção.

Do Conselho Fiscal

Décimo Nono

O Conselho Fiscal é o órgão de fiscalização e controlo da associação, e é constituído por três membros que elegerão entre si o respectivo Presidente.

Vigésimo

1. Compete ao Conselho Fiscal:

Examinar anualmente a gestão económico-financeira da direcção e apresentar o respectivo relatório à Assembleia Geral;

Vigiar pela observância da lei e dos estatutos;

Dar parecer sobre a alienação de bens que a direcção pretenda efectuar.

2. O Conselho Fiscal reunirá ordinariamente uma vez por ano e extraordinariamente sempre que o presidente o convoque.

As deliberações do conselho fiscal serão registadas em livro de actas próprio.

Vigésimo Primeiro

1. Os órgãos são eleitos por mandatos de três anos, podendo prolongar-se até quatro anos.

2. Os cargos sociais são exercidos gratuitamente, salvo deliberação da Assembleia Geral.

3. A eleição para os órgãos sociais é efectuada por voto secreto em Assembleia Geral convocada para o efeito.

Alteração por Escritura Pública de 28.11.2003 do 1.º parágrafo correspondente ao actual n.º1. Redacção anterior: "O mandato da mesa da Assembleia Geral, da direcção e do conselho fiscal é de três anos."

CAPÍTULO IV

Do Património Social

Vigésimo Segundo

Constituem património social da Madeira Rural todos os bens, valores ou serviços que, com essa finalidade, derem entrada na Associação.

Vigésimo Terceiro

Constituem receitas da Madeira Rural:

A jóia e quotas pagas pelos Associados;

Legados, subvenções e doações que receba a qualquer título;

Quaisquer outros rendimentos que sejam legais e se enquadrem no objecto da Madeira Rural.



Vigésimo Quarto

As despesas da Madeira Rural são as que resultarem do exercício das suas actividades, em cumprimento dos seus Estatutos e Regulamentos e ainda as que lhe forem impostas por lei.

CAPÍTULO V Alteração dos Estatutos

Vigésimo Quinto

1. Os presentes estatutos só poderão ser alterados em Assembleia Geral, convocada expressamente para esse fim com voto favorável da maioria de três quartos dos associados presentes.
2. Para efeitos do disposto no número anterior, a Assembleia Geral só poderá funcionar em primeira convocatória quando estejam presentes pelo menos metade de todos os associados. Em Segunda convocatória a qual não se verificará antes de decorrida uma hora sobre a primeira, a Assembleia Geral poderá deliberar qualquer que seja o número de associados presentes.

CAPÍTULO VI Dissolução e Liquidação

Vigésimo Sexto

A Associação poderá ser dissolvida pela Assembleia Geral, expressamente convocada para o efeito, por voto favorável de três quartos do número de todos os associados.

Dissolvida a Madeira Rural a Assembleia Geral deverá nomear imediatamente a comissão liquidatária, definindo o seu estatuto e indicando o destino do activo líquido se houver.

O activo líquido, depois de excluídos os bens que tenham sido doados ou deixados com quaisquer encargos ou estejam a um certo fim, será distribuído aos associados de acordo e na proporção do respectivo concurso em bens e serviços para o património da Associação, qualquer que seja a forma ou momento em que tal concurso haja sido realizado.

CAPÍTULO VII Disposição Final e Transitória

Vigésimo Sétimo

Os associados fundadores ficam desde já constituídos em Direcção Provisória, até à nomeação dos órgãos sociais em Assembleia Geral convocada para o efeito, a realizar nos termos do artigo décimo terceiro dos presentes Estatutos.

ANEXO VI – TIPOLOGIA DOS RECURSOS TURÍSTICOS

Fonte: ORGANIZACIÓN DE ESTADOS AMERICANOS (OEA). *Metodología de inventario turístico*. Washington.

CATEGORIA	TIPOS	SUBTIPOS
CATEGORÍA 1. ATRACTIVO O RECURSO NATURAL Y PAISAJISTICO		
1. Natural y paisajístico	1.1. Montañas	1.1.1. Alta montaña
		1.1.2. Sierras
		1.1.3. Volcanes
		1.1.4. Valles y prados
		1.1.5. Mesetas
		1.1.6. Áreas nevadas
		1.1.7. Glaciares
	1.2. Planicies	1.2.1. Llanuras
		1.2.2. Desiertos
		1.2.3. Salinas
		1.2.4. Altiplanos
	1.3. Costas	1.3.1. Playas
		1.3.2. Acantilados
		1.3.3. Arrecifes
		1.3.4. Cayos
		1.3.5. Barras
		1.3.6. Islas
		1.3.7. Fiordos
		1.3.8. Canales
		1.3.9. Penínsulas
1.3.10. Bahías y caletas		
1.4. Lagos, lagunas y esteros		
1.5. Ríos		
1.6. Caídas de agua		
1.7. Grutas y cavernas		
1.8. Lugares de observación de flora y fauna		
1.9. Lugares de caza y pesca		
1.10. Caminos pintorescos		
1.11. Termas		
1.12. Parques Nacionales y Reservas de flora y fauna		

CATEGORÍA 2. RECURSOS HISTORICO MONUMENTALES, TÉCNICOS, ETNOLOGICOS Y ARTISTICOS

2. Histórico-monumentales, técnicos, etnológicos y artísticos	2.1. Museos	
	2.2. Obras de arte y técnica	2.2.1. Pintura
		2.2.2. Escultura
		2.2.3. Arte decorativo
		2.2.4. Arquitectura
		2.2.5. Realizaciones urbanas
		2.2.6. Obras de ingeniería
	2.3. Lugares históricos	
2.4. Rutas y lugares arqueológicos		

CATEGORÍA 3. RECURSOS ARTESANOS, FOLKLORE Y GASTRONOMICOS

3. Artesanos, Folklore y Gastronómicos	3.1. Manifestaciones religiosas y creencias populares	
	3.2. Ferias y mercados	
	3.3. Música y danzas	
	3.4. Artesanía y artes	3.4.1. Alfarería
		3.4.2. Tejidos e indumentaria
		3.4.3. Metales
		3.4.4. Cueros
		3.4.5. Maderas
		3.4.6. Piedras
		3.4.7. Cestería
		3.4.8. Instrumentos musicales
		3.4.9. Máscaras
		3.4.10. Objetos rituales
		3.4.11. Pinturas
3.4.12. Imaginería		
3.5. Comidas y bebidas típicas		
3.6. Grupos étnicos		
3.7. Arquitectura popular		

CATEGORÍA 4. REALIZACIONES TÉCNICAS, CIENTÍFICAS Y ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS

4. Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas	4.1. Explotaciones mineras	
	4.2. Explotaciones agropecuarias	
	4.3. Explotaciones industriales	
	4.4. Obras de arte y técnica	4.4.1. Pintura
		4.4.2. Escultura
		4.4.3. Artesanía
4.4.4. Diseño industrial		

		4.4.5. Arquitectura
		4.4.6. Realizaciones urbanas
		4.4.7. Obras de ingeniería
	4.5. Centros científicos y técnicos	4.5.1. Zoológicos y acuarios
		4.5.2. Botánicos
CATEGORÍA 5. ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS		
5. Acontecimientos programados	5.1. Artísticos	5.1.1. Musicales
		5.1.2. Teatrales
		5.1.3. Festivales de cine
	5.2. Deportivos	
	5.3. Otros	5.3.1. Fiestas religiosas y populares
		5.3.2. Concursos de belleza
		5.3.3. Convenciones y congresos
		5.3.4. Corridos de toros
		5.3.5. Ferias y exposiciones
		5.3.6. Juegos de azar
		5.3.7. Parques recreativos
		5.3.8. Mercados
		5.3.9. Vida nocturna
		5.3.10. Gastronomía
		5.3.11. Rodeos
5.3.12. Carnavales		

ANEXO VII – CLASSIFICAÇÃO DOS RECURSOS TURÍSTICOS

Fonte: DGT (1991). *Livro Branco do Turismo*. Lisboa, Secretaria de Estado do Turismo.

RECURSOS PRIMÁRIOS		
Património Natural	Lagos/Lagoas	
	Rios/Ribeiras	
	Quedas de Água	
	Serras	
	Vales	
	Zonas Florestais	
	Paisagens	
	Penhascos/Ravinas	
	Costa/Litoral	
	Baías/Estuários	
	Cabos/Penínsulas	
	Grutas	
	Praias Oceânicas/Fluviais	
	Parques Nacionais	
	Parques Naturais	
	Reservas Naturais	
Áreas Protegidas		
Património Cultural	Monumental	Estações Arqueológicas
		Catedrais/Basílicas
		Igrejas/Capelas
		Ermidas
		Santuários
		Conventos/Mosteiros
		Castelos/Fortes
		Palácios/Solares
		Casas Típicas Históricas
		Estatuária
		Pelouros/Cruzeiros/Obeliscos
		Torres
	Artístico	Museus
		Galerias
		Coleções Privadas
		Arte Sacra
		Pintura

		Escultura	
		Artes Decorativas	
		Mobiliário	
		Ourivesaria	
		Artesanato	
		Cerâmica/Olaria	
		Azulejaria	
		Colecionismo	
	Construído	Parques Públicos	
		Jardins Públicos	
		Lagos e Canais Artificiais	
		Albufeiras/Barragens	
		Piscinas de Recreio	
		Aldeias Preservadas	
		Miradouros/Esplanadas	
		Arqueologia Industrial	
		Conjuntos Urbanos de Valor Arquitetónico	
		Edifícios Relevantes	
		Marinas/Portos	
		Pontes (Obras de Arte)	
		Planetários	
		Jardins Zoológicos	
		Jardins Botânicos	
		Aquários	
		Parques Aquáticos	
		Parques Temáticos	
	Grutas-Museu		
	Atividades	Culturais	Religião
Romarias/Peregrinações			
Festividades			
Procissões			
Folclore			Grupos
			Danças
			Cantares
			Música
			Trajos
			Festivais
Artes			Exposições
			Concertos

			Espectáculos
			Festivais
		Ciências	Exposições
			Conferências
		Atividades Populares / Tradicionais	Carnaval
			Festa da Flor
		Festas de Fim de Ano	
	Desportivas	Atividades Individuais	
		Atividades coletivas	
		Desportos Terrestres	
		Desportos Aquáticos	
		Desportos Aéreos	
	Recreativas	Danças	
		Variedades	
		Parques de Diversões	
		Grupos Amadores	De Música
			De Fantoques
			Coros
			Etc.
		Jogos Populares	
		Grupos e Festivais	De Cinema
			De Teatro
	Animação Diversa		
	Touradas		
	Negócios	Feiras Tradicionais	
		Mercados Locais	
		Feiras e Exposições Especializadas	
Visitas Técnicas Profissionais			
Vindimas e Provas de Vinho			
Equipamentos	Culturais	Religião	Roteiros e Locais
		Folclore	Espaços de Exposição permanentes ou regular
		Artes e Espectáculos	Espaços de Exibição Regular
			Auditórios/Salões
			Etc.
		Ciências	Espaços de Exposição regular
			Planetários/Aquários
			Instituições
		Desportivos	Estádios

		Pavilhões
		Complexos Polivalentes
		Campos e Instalações Especializadas
		Piscinas de Competição
		Pistas
		Coutadas
	Recreativos	Salas de Dança
		Teatros e Salas de Espetáculos
		Pavilhões Polivalentes
		Espaços de Lazer e Recreio
		Instalações de Clubes e Associações Recreativas
	Negócios	Praças de Touros
		Instalações e Pavilhões ou espaços reservados para feiras, mercados, exposições e salões de amostras
	Instalações Fabris abertas a Visitantes Profissionais	
RECURSOS SECUNDÁRIOS OU COMPLEMENTARES		
Atividades	Gastronomia e Vinhos	Pratos Típicos
		Doçaria Regional
		Vinhos Regionais
	Clima Regional	Condições prevaletentes por meses: pluviosidade, temperatura e humidade
	Compras	Artigos Típicos (incluindo Artesanato)
Romagem (cultos)	Vultos locais de interesse popular que atraíam visitantes no domínio da história, cultura, artes, ciências, desporto ou atividades económicas	
Equipamentos	Gastronomia e Vinhos	Restaurantes e Similares:
		Luxo/Típicos/Populares e para Grupos
	Clima Regional	Estâncias com Microclimas e Vegetação Típica
	Compras	Centros e Polos de Comércio Retalhista Local (incluindo mercados periódicos)
	Romagem (cultos)	Locais assinalados da presença histórica e contemporânea de vultos locais e de projeção nacional e/ou internacional
	Turismo	Estâncias (Tipo Resort)
		Parques Temáticos
		Estações Termais
		Aldeamentos Turísticos (Autónomos)
		Operações Turísticas / Circuitos
Transportes	Terrestres	Carreiras
		Terminais de C. F:

		Marítimos e Fluviais	Terminais Rodoviários
			Carreiras e Cruzeiros
			Terminais Oceânicos
			Terminais Fluviais
		Aéreos	Carreiras
			Aeroportos/Aeródromos e Pistas
	Terminais/ Aerogares		
	Infraestruturas Sociais	Estradas	Eixos Principais
			Eixos Complementares
			Eixos Locais
		Portos	P. de Recreio
			P. de Pesca
			P. de Comércio
			Estaleiros
		Comunicações	Telefone
Internet			
Outras			

ANEXO VIII

ANEXO ESTATÍSTICO – QUESTIONÁRIOS AOS VISITANTES

Turismo em Espaço Rural

Casas de Campo

Ilha da Madeira

Elisabete Rodrigues

Funchal

2012

ANEXO VIII.1 – ÍNDICE DOS QUADROS ESTATÍSTICOS

Para permitir uma maior acessibilidade ao leitor, na consulta dos quadros apresentados neste anexo estatístico, foi elaborado o seguinte índice específico:

QUADROS

Quadro A.1 - Já alguma vez visitou esta localidade?	597
Quadro A.2 - Quantas vezes visitou esta localidade?	597
Quadro A.3 - Quantas noites pretende ficar nesta unidade turística?	598
Quadro A.4 - Tempo de estadia de acordo com grupos*	598
Quadro A.5 - Datas de visita à ilha da Madeira (meses).....	599
Quadro A.6 - Visita outras localidades durante a sua estadia?.....	599
Quadro A.7 - Qual o principal motivo desta visita?	599
Quadro A.8 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural? – Ambiente familiar	600
Quadro A.9 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural? – Tranquilidade e descanso	600
Quadro A.10 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural? – Contacto com a cultura local	600
Quadro A.11 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural? – Contacto com a natureza	600
Quadro A.12 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural? – Atividades no meio rural	601
Quadro A.13 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural? – Desenvolvimento sustentável	601
Quadro A.14 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural? – Contacto com a população local.....	601
Quadro A.15 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural? – Grupo de amigos/família	602
Quadro A.16 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural? – Outro.....	602

Quadro A.17 - Como obteve conhecimento desta unidade turística? – Família/amigos	603
Quadro A.18 - Como obteve conhecimento desta unidade turística? – Visita anterior	603
Quadro A.19 - Como obteve conhecimento desta unidade turística? – Internet/rede social	603
Quadro A.20 - Como obteve conhecimento desta unidade turística? – Posto de turismo ..	603
Quadro A.21 - Como obteve conhecimento desta unidade turística? – Agência de viagens	604
Quadro A.22 - Como obteve conhecimento desta unidade turística? – Televisão/rádio	604
Quadro A.23 - Como obteve conhecimento desta unidade turística? – Jornais/revistas	604
Quadro A.24 - Como obteve conhecimento desta unidade turística? – Brochuras de operador turístico	604
Quadro A.25 - Como obteve conhecimento desta unidade turística? – Guias de viagem ..	605
Quadro A.26 - Como obteve conhecimento desta unidade turística? – Outra	605
Quadro A.27 - Organização da viagem: Pacote de férias com tudo incluído	606
Quadro A.28 - Organização da viagem: Transporte reservado separadamente	606
Quadro A.29 - Organização da viagem: Alojamento reservado separadamente	606
Quadro A.30 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita: Experimentar a gastronomia tradicional	607
Quadro A.31 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita: Comprar produtos tradicionais da zona	607
Quadro A.32 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita: Realizar atividades culturais	607
Quadro A.33 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita: Realizar atividades na natureza	607

Quadro A.34 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita: Realizar atividades desportivas ou de aventura.....	608
Quadro A.35 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita: Outras	608
Quadro A.36 - Com quem está a viajar?	609
Quadro A.37 - Se viaja em família ou com amigos, quantas pessoas o acompanham?	609
Quadro A.38 - Residência habitual.....	610
Quadro A.39 - Residência habitual - Estrangeiro	610
Quadro A.40 - Residência habitual – Estrangeiro - TOP 5.....	611
Quadro A.41 – Género	611
Quadro A.42 - Grupo etário	611
Quadro A.43 - Habilitações literárias	612
Quadro A.44 - Situação atual	612
Quadro A.45 - Nível de ocupação profissional	613
Quadro A.46 - Área de ocupação	613
Quadro A.47 - Rendimento anual.....	614
Quadro A.48 - Grau de satisfação do visitante - Localidade.....	615
Quadro A.49 - Grau de satisfação do visitante – Localidade: Autenticidade da paisagem	615
Quadro A.50 - Grau de satisfação do visitante – Localidade: Conservação da arquitetura tradicional.....	616
Quadro A.51 - Grau de satisfação do visitante – Localidade: Museus e atrações culturais	616
Quadro A.52 - Grau de satisfação do visitante – Localidade: Festivais e eventos.....	617
Quadro A.53 - Grau de satisfação do visitante – Localidade: Costumes e tradições ...	617
Quadro A.54 - Grau de satisfação do visitante – Localidade: Gastronomia regional ..	618
Quadro A.55 - Grau de satisfação do visitante – Localidade: Hospitalidade da população local.....	618

Quadro A.56 - Grau de satisfação do visitante – Localidade: Horário de abertura dos recursos turísticos	619
Quadro A.57 - Grau de satisfação do visitante – Localidade: Sinalização turística.....	619
Quadro A.58 - Grau de satisfação do visitante – Localidade: Variedade de oferta de serviços.....	620
Quadro A.59 - Grau de satisfação do visitante – Localidade: Serviços dos postos de informação turística	620
Quadro A.60 - Grau de satisfação do visitante – Localidade: Infraestruturas de acesso a esta localidade	621
Quadro A.61 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento	622
Quadro A.62 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento: Atendimento pessoal - profissionalismo.....	622
Quadro A.63 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento: Atendimento pessoal - hospitalidade.....	623
Quadro A.64 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento: Limpeza e manutenção	623
Quadro A.65 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento: Equipamento e decoração..	624
Quadro A.66 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento: Estilo arquitetónico	624
Quadro A.67 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento: Alimentação.....	625
Quadro A.68 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento: Animação.....	625
Quadro A.69 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento: Contacto com os proprietários do alojamento.....	626
Quadro A.70 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento: Localização e arredores	626
Quadro A.71 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento: Sustentabilidade / Preocupação com o meio ambiente	627
Quadro A.72 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento: Relação qualidade / serviços / preços.....	627
Quadro A.73 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento: Acesso a novas tecnologias	628

Quadro A.74 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento: Informação sobre a localidade	628
Quadro A.75 - Grau de satisfação global da visita	629
Quadro A.76 - Grau de satisfação global da visita (detalhe).....	629
Quadro A.77 - Voltaria ou recomendaria esta unidade turística?.....	629
TRIANGULAÇÃO DAS VARIÁVEIS	630
Quadro A.78 - Visita anterior <i>versus</i> Principal motivo de viagem	631
Quadro A.79 - Visita anterior <i>versus</i> Porque motivo optou por uma unidade turística rural.....	631
Quadro A.80 - Visita anterior <i>versus</i> Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita	632
Quadro A.81 - Visita anterior <i>versus</i> Grau de satisfação atribuído à visita.....	632
Quadro A.82 - Principal motivo de viagem (TUR) <i>versus</i> Porque motivo optou por uma unidade turística rural.....	633
Quadro A.83 - Principal motivo de viagem (ICT) <i>versus</i> Porque motivo optou por uma unidade turística rural	633
Quadro A.84 - Principal motivo de viagem (IN) <i>versus</i> Porque motivo optou por uma unidade turística rural	634
Quadro A.85 - Principal motivo de viagem (IG) <i>versus</i> Porque motivo optou por uma unidade turística rural	634
Quadro A.86 - Principal motivo de viagem (IZ) <i>versus</i> Porque motivo optou por uma unidade turística rural	635
Quadro A.87 - Principal motivo de viagem (VM) <i>versus</i> Porque motivo optou por uma unidade turística rural	635
Quadro A.88 - Principal motivo de viagem (EC/D) <i>versus</i> Porque motivo optou por uma unidade turística rural.....	636
Quadro A.89 - Principal motivo de viagem (VAF) <i>versus</i> Porque motivo optou por uma unidade turística rural.....	636
Quadro A.90 - Principal motivo de viagem (N/E) <i>versus</i> Porque motivo optou por uma unidade turística rural	637

Quadro A.91 - Principal motivo de viagem (Outro) <i>versus</i> Porque motivo optou por uma unidade turística rural.....	637
Quadro A.92 - Principal motivo de viagem (TUR) <i>versus</i> Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita	638
Quadro A.93 - Principal motivo de viagem (ICT) <i>versus</i> Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita	638
Quadro A.94 - Principal motivo de viagem (IN) <i>versus</i> Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita	639
Quadro A.95 - Principal motivo de viagem (IG) <i>versus</i> Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita	639
Quadro A.96 - Principal motivo de viagem (IZ) <i>versus</i> Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita	640
Quadro A.97 - Principal motivo de viagem (TUR) <i>versus</i> Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita	640
Quadro A.98 - Principal motivo de viagem (EC/D) <i>versus</i> Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita	641
Quadro A.99 - Principal motivo de viagem (VAF) <i>versus</i> Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita	641
Quadro A.100 - Principal motivo de viagem (N/E) <i>versus</i> Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita	642
Quadro A.101 - Principal motivo de viagem (Outro) <i>versus</i> Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita	642
Quadro A.102 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AF) <i>versus</i> Tempo de estadia	643
Quadro A.103 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (TD) <i>versus</i> Tempo de estadia	643
Quadro A.104 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CCL) <i>versus</i> Tempo de estadia	643
Quadro A.105 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CN) <i>versus</i> Tempo de estadia	644

Quadro A.106 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AMR) <i>versus</i> Tempo de estadia	644
Quadro A.107 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (DS) <i>versus</i> Tempo de estadia	644
Quadro A.108 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CPL) <i>versus</i> Tempo de estadia	645
Quadro A.109 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (GA/F) <i>versus</i> Tempo de estadia	645
Quadro A.110 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (Outro) <i>versus</i> Tempo de estadia	645
Quadro A.111 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AF) <i>versus</i> Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita	646
Quadro A.112 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (TD) <i>versus</i> Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita	646
Quadro A.113 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CCL) <i>versus</i> Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita	647
Quadro A.114 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CN) <i>versus</i> Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita	647
Quadro A.115 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AMR) <i>versus</i> Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita	648
Quadro A.116 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (DS) <i>versus</i> Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita	648
Quadro A.117 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CPL) <i>versus</i> Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita	649
Quadro A.118 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (GA/F) <i>versus</i> Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita	649
Quadro A.119 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (Outro) <i>versus</i> Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita	650
Quadro A.120 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AF) <i>versus</i> Grupo etário.....	651

Quadro A.121 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (TD) <i>versus</i> Grupo etário.....	651
Quadro A.122 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CCL) <i>versus</i> Grupo etário.....	651
Quadro A.123 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CN) <i>versus</i> Grupo etário.....	652
Quadro A.124 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AMR) <i>versus</i> Grupo etário.....	652
Quadro A.125 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (DS) <i>versus</i> Grupo etário.....	652
Quadro A.126 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CPL) <i>versus</i> Grupo etário.....	653
Quadro A.127 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (GA/F) <i>versus</i> Grupo etário.....	653
Quadro A.128 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (Outro) <i>versus</i> Grupo etário.....	653
Quadro A.129 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AF) <i>versus</i> Habilitações literárias.....	654
Quadro A.130 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (TD) <i>versus</i> Habilitações literárias.....	654
Quadro A.131 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CCL) <i>versus</i> Habilitações literárias.....	654
Quadro A.132 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CN) <i>versus</i> Habilitações literárias.....	655
Quadro A.133 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AMR) <i>versus</i> Habilitações literárias.....	655
Quadro A.134 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (DS) <i>versus</i> Habilitações literárias.....	655
Quadro A.135 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CPL) <i>versus</i> Habilitações literárias.....	656

Quadro A.136 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (GA/F) <i>versus</i> Habilitações literárias.....	656
Quadro A.137 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (Outro) <i>versus</i> Habilitações literárias.....	656
Quadro A.138 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AF) <i>versus</i> Escalões de rendimento.....	657
Quadro A.139 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (TD) <i>versus</i> Escalões de rendimento.....	657
Quadro A.140 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CCL) <i>versus</i> Escalões de rendimento.....	658
Quadro A.141 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CN) <i>versus</i> Escalões de rendimento.....	658
Quadro A.142 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AMR) <i>versus</i> Escalões de rendimento.....	659
Quadro A.143 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (DS) <i>versus</i> Escalões de rendimento.....	659
Quadro A.144 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CPL) <i>versus</i> Escalões de rendimento.....	660
Quadro A.145 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (GA/F) <i>versus</i> Escalões de rendimento.....	660
Quadro A.146 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (Outro) <i>versus</i> Escalões de rendimento.....	661
Quadro A.147 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AF) <i>versus</i> Grau de satisfação – aspetos da localidade	662
Quadro A.148 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (TD) <i>versus</i> Grau de satisfação – aspetos da localidade	662
Quadro A.149 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CCL) <i>versus</i> Grau de satisfação – aspetos da localidade	663
Quadro A.150 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CN) <i>versus</i> Grau de satisfação – aspetos da localidade	663

Quadro A.151 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AMR) <i>versus</i> Grau de satisfação – aspetos da localidade	664
Quadro A.152 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (DS) <i>versus</i> Grau de satisfação – aspetos da localidade	664
Quadro A.153 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CPL) <i>versus</i> Grau de satisfação – aspetos da localidade	665
Quadro A.154 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (GA/F) <i>versus</i> Grau de satisfação – aspetos da localidade	665
Quadro A.155 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (Outro) <i>versus</i> Grau de satisfação – aspetos da localidade	666
Quadro A.156 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AF) <i>versus</i> Grau de satisfação – qualidade do alojamento	667
Quadro A.157 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (TD) <i>versus</i> Grau de satisfação – qualidade do alojamento	667
Quadro A.158 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CCL) <i>versus</i> Grau de satisfação – qualidade do alojamento	668
Quadro A.159 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CN) <i>versus</i> Grau de satisfação – qualidade do alojamento	668
Quadro A.160 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AMR) <i>versus</i> Grau de satisfação – qualidade do alojamento	669
Quadro A.161 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (DS) <i>versus</i> Grau de satisfação – qualidade do alojamento	669
Quadro A.162 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CPL) <i>versus</i> Grau de satisfação – qualidade do alojamento	670
Quadro A.163 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (GA/F) <i>versus</i> Grau de satisfação – qualidade do alojamento	670
Quadro A.164 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (Outro) <i>versus</i> Grau de satisfação – qualidade do alojamento	671
Quadro A.165 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (EGT) <i>versus</i> Tempo de estadia.....	672

Quadro A.166 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (CPTZ) versus Tempo de estadia.....	672
Quadro A.167 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (RAC) versus Tempo de estadia.....	672
Quadro A.168 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (RAN) versus Tempo de estadia.....	673
Quadro A.169 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (RADA) versus Tempo de estadia.....	673
Quadro A.170 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (Outras) versus Tempo de estadia.....	673
Quadro A.171 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (EGT) versus Residência habitual – TOP 5.....	674
Quadro A.172 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (CPTZ) versus Residência habitual – TOP 5.....	674
Quadro A.173 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (RAC) versus Residência habitual – TOP 5.....	674
Quadro A.174 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (RAN) versus Residência habitual – TOP 5.....	675
Quadro A.175 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (RADA) versus Residência habitual – TOP 5.....	675
Quadro A.176 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (Outras) versus Residência habitual – TOP 5.....	675
Quadro A.177 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (EGT) versus Habilitações literárias	676
Quadro A.178 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (CPTZ) versus Habilitações literárias	676
Quadro A.179 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (RAC) versus Habilitações literárias	676
Quadro A.180 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (RAN) versus Habilitações literárias	677

Quadro A.181 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (RADA) versus Habilitações literárias	677
Quadro A.182 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (Outras) versus Habilitações literárias	677
Quadro A.183 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (EGT) versus Escalões de rendimento	678
Quadro A.184 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (CPTZ) versus Escalões de rendimento	678
Quadro A.185 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (RAC) versus Escalões de rendimento	679
Quadro A.186 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (RAN) versus Escalões de rendimento	679
Quadro A.187 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (RADA) versus Escalões de rendimento	680
Quadro A.188 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (Outras) versus Escalões de rendimento	680

Anexo VIII.2 – Quadros Estatísticos

Fonte: Inquérito por Questionário ao Visitante das Casas de Campo (2012).

Quadro A.1 - Já alguma vez visitou esta localidade?

		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	33	20,1%	20,1%
	Não	131	79,9%	79,9%
	Total	164	100,0%	100,0%
Sem Resposta		0	0,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.2 - Quantas vezes visitou esta localidade?

		N	%	% Válidas
Válidos	1	15	9,1%	45,5%
	2	5	3,0%	15,2%
	3	4	2,4%	12,1%
	4	2	1,2%	6,1%
	5	4	2,4%	12,1%
	6	1	0,6%	3,0%
	10	2	1,2%	6,1%
	Total	33	20,1%	100,0%
Sem Resposta		131	79,9%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.3 - Quantas noites pretende ficar nesta unidade turística?

		N	%	% Válidas
Válidos	1	2	1,2%	1,2%
	2	17	10,4%	10,4%
	3	7	4,3%	4,3%
	4	15	9,1%	9,1%
	5	24	14,6%	14,6%
	6	5	3,0%	3,0%
	7	51	31,1%	31,1%
	8	8	4,9%	4,9%
	10	2	1,2%	1,2%
	11	2	1,2%	1,2%
	13	1	0,6%	0,6%
	14	22	13,4%	13,4%
	15	4	2,4%	2,4%
	16	1	0,6%	0,6%
	21	3	1,8%	1,8%
	Total	164	100,0%	100,0%
Sem Resposta		0	0,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.4 - Tempo de estadia de acordo com grupos*

		N	%	% Válidas
Válidos	1	26	15,9%	15,9%
	2	95	57,9%	57,9%
	3	39	23,8%	23,8%
	4	4	2,4%	2,4%
	Total	164	100,0%	100,0%
Sem Resposta		0	0,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

*Grupos:

1 = 0 a 3 noites

2 = 4 a 7 noites

3 = 8 a 15 noites

4 = 16 a 30 noites

Quadro A.5 - Datas de visita à ilha da Madeira (meses)

		N	%	% Válidas
Válidos	junho	26	15,9%	15,9%
	julho	49	29,9%	29,9%
	agosto	40	24,4%	24,4%
	setembro	26	15,9%	15,9%
	outubro	23	14,0%	14,0%
	Total	164	100,0%	100,0%
Sem Resposta		0	0,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.6 - Visita outras localidades durante a sua estadia?

		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	56	34,1%	70,9%
	Não	23	14,0%	29,1%
	Total	79	48,2%	100,0%
Sem Resposta		85	51,8%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.7 - Qual o principal motivo desta visita?

		N	%	% Válidas
Válidos	Turismo	106	64,6%	64,6%
	Interesse pela Cultura Tradicional	4	2,4%	2,4%
	Interesse pela Natureza	31	18,9%	18,9%
	Interesse Gastronómico	10	6,1%	6,1%
	Interesse pela Zona	9	5,5%	5,5%
	Visita a Monumentos	0	0,0%	0,0%
	Evento Cultural/Desportivo	0	0,0%	0,0%
	Visita a amigos ou familiares	1	0,6%	0,6%
	Negócios/Estudos	0	0,0%	0,0%
	Outro	3	1,8%	1,8%
	Total	164	100,0%	100,0%
Sem Resposta		0	0,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.8 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural? – Ambiente familiar

		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	59	36,0%	100,0%
Sem Resposta		105	64,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.9 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural? – Tranquilidade e descanso

		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	106	64,6%	100,0%
Sem Resposta		58	35,4%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.10 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural? – Contacto com a cultura local

		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	69	42,1%	100,0%
Sem Resposta		95	57,9%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.11 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural? – Contacto com a natureza

		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	79	48,2%	100,0%
Sem Resposta		85	51,8%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.12 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural? – Atividades no meio rural

		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	35	21,3%	100,0%
Sem Resposta		129	78,7%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.13 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural? – Desenvolvimento sustentável

		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	6	3,7%	100,0%
Sem Resposta		158	96,3%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.14 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural? – Contacto com a população local

		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	59	36,0%	100,0%
Sem Resposta		105	64,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.15 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural? – Grupo de amigos/família

		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	2	1,2%	100,0%
Sem Resposta		162	98,8%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.16 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural? – Outro

Outro		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	0	0,0%	0,0%
Sem Resposta		164	100,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.17 - Como obteve conhecimento desta unidade turística? – Família/amigos

		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	23	14,0%	100,0%
Sem Resposta		141	86,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.18 - Como obteve conhecimento desta unidade turística? – Visita anterior

		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	9	5,5%	100,0%
Sem Resposta		155	94,5%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.19 - Como obteve conhecimento desta unidade turística? – Internet/rede social

		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	104	63,4%	100,0%
Sem Resposta		60	36,6%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.20 - Como obteve conhecimento desta unidade turística? – Posto de turismo

		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	1	0,6%	100,0%
Sem Resposta		163	99,4%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.21 - Como obteve conhecimento desta unidade turística? – Agência de viagens

		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	35	21,3%	100,0%
Sem Resposta		129	78,7%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.22 - Como obteve conhecimento desta unidade turística? – Televisão/rádio

		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	0	0,0%	0,0%
Sem Resposta		164	100,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.23 - Como obteve conhecimento desta unidade turística? – Jornais/revistas

		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	1	0,6%	100,0%
Sem Resposta		163	99,4%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.24 - Como obteve conhecimento desta unidade turística? – Brochuras de operador turístico

		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	9	5,5%	100,0%
Sem Resposta		155	94,5%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.25 - Como obteve conhecimento desta unidade turística? – Guias de viagem

		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	14	8,5%	100,0%
Sem Resposta		150	91,5%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.26 - Como obteve conhecimento desta unidade turística? – Outra

Outra		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	7	4,3%	100,0%
Sem Resposta		157	95,7%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.27 - Organização da viagem: Pacote de férias com tudo incluído

		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	38	23,2%	100,0%
Sem Resposta		126	76,8%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.28 - Organização da viagem: Transporte reservado separadamente

		N	%	% Válidas
Válidos	Através de Ag. De Viagens ou Op. Turístico	26	15,9%	21,3%
	Pela Internet	73	44,5%	59,8%
	Tratou de tudo Pessoalmente (tel, mail...)	14	8,5%	11,5%
	Não reservou nada	9	5,5%	7,4%
	Total	122	74,4%	100,0%
Sem Resposta		42	25,6%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.29 - Organização da viagem: Alojamento reservado separadamente

		N	%	% Válidas
Válidos	Através de Ag. De Viagens ou Op. Turístico	21	12,8%	17,2%
	Pela Internet	68	41,5%	55,7%
	Tratou de tudo Pessoalmente (tel, mail...)	28	17,1%	23,0%
	Não reservou nada	5	3,0%	4,1%
	Total	122	74,4%	100,0%
Sem Resposta		42	25,6%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.30 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita:

Experimentar a gastronomia tradicional

		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	129	78,7%	100,0%
Sem Resposta		35	21,3%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.31 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita: Comprar produtos tradicionais da zona

		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	85	51,8%	100,0%
Sem Resposta		79	48,2%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.32 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita: Realizar atividades culturais

		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	66	40,2%	100,0%
Sem Resposta		98	59,8%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.33 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita: Realizar atividades na natureza

		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	136	82,9%	100,0%
Sem Resposta		28	17,1%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.34 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita: Realizar atividades desportivas ou de aventura

		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	32	19,5%	100,0%
Sem Resposta		132	80,5%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.35 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita: Outras

		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	10	6,1%	100,0%
Sem Resposta		154	93,9%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.36 - Com quem está a viajar?

		N	%	% Válidas
Válidos	Sozinho	4	2,4%	2,4%
	Com marido/esposa	95	57,9%	57,9%
	Com família	42	25,6%	25,6%
	Com amigos	14	8,5%	8,5%
	Em grupo	9	5,5%	5,5%
	Outro	0	0,0%	0,0%
	Total	164	100,0%	100,0%
Sem Resposta		0	0,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.37 - Se viaja em família ou com amigos, quantas pessoas o acompanham?

		N	%	% Válidas
Válidos	1	2	1,2%	3,6%
	2	13	7,9%	23,2%
	3	19	11,6%	33,9%
	4	14	8,5%	25,0%
	5	5	3,0%	8,9%
	6	1	0,6%	1,8%
	8	1	0,6%	1,8%
	10	1	0,6%	1,8%
	Total	56	34,1%	100,0%
Sem Resposta		108	65,9%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.38 - Residência habitual

		N	%	% Válidas
Válidos	Portugal	13	7,9%	7,9%
	Estrangeiro	151	92,1%	92,1%
	Total	164	100,0%	100,0%
Sem Resposta		0	0,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.39 - Residência habitual - Estrangeiro

		N	%	% Válidas
Válidos	Alemanha	38	25,2%	25,2%
	Bélgica	1	0,7%	0,7%
	Brasil	1	0,7%	0,7%
	Canadá	1	0,7%	0,7%
	Dinamarca	1	0,7%	0,7%
	Espanha	7	4,6%	4,6%
	França	55	36,4%	36,4%
	Países Baixos	14	9,3%	9,3%
	Itália	4	2,6%	2,6%
	Polónia	1	0,7%	0,7%
	Reino Unido	13	8,6%	8,6%
	Suíça	15	9,9%	9,9%
	Total	151	100,0%	100,0%
Sem Resposta		0	0,0%	
Total		151	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.40 - Residência habitual – Estrangeiro - TOP 5

		N	%	% Válidas
Válidos	França	55	33,5%	40,7%
	Alemanha	38	23,2%	28,1%
	Suíça	15	9,1%	11,1%
	Países Baixos	14	8,5%	10,4%
	Reino Unido	13	7,9%	9,6%
	Total TOP5	135	82,3%	100,0%
	Outro	29	17,7%	
Sem Resposta		0	0,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.41 – Género

		N	%	% Válidas
Válidos	Feminino	84	51,2%	51,2%
	Masculino	80	48,8%	48,8%
	Total	164	100,0%	100,0%
Sem Resposta		0	0,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.42 - Grupo etário

		N	%	% Válidas
Válidos	≤ 19 anos	1	0,6%	0,6%
	20-29 anos	12	7,3%	7,3%
	30-39 anos	37	22,6%	22,6%
	40-49 anos	56	34,1%	34,1%
	50-59 anos	39	23,8%	23,8%
	≥ 60 anos	19	11,6%	11,6%
	Total	164	100,0%	100,0%
Sem Resposta		0	0,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.43 - Habilitações literárias

		N	%	% Válidas
Válidos	Ensino Básico	5	3,0%	3,0%
	Ensino Secundário	9	5,5%	5,5%
	Ensino Profissional	18	11,0%	11,0%
	Bacharelato/Licenciatura	62	37,8%	37,8%
	Mestrado/Doutoramento	70	42,7%	42,7%
	Total	164	100,0%	100,0%
Sem Resposta		0	0,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.44 - Situação atual

		N	%	% Válidas
Válidos	Empregado	114	69,5%	69,5%
	Trabalhador por conta própria	31	18,9%	18,9%
	Reformado	14	8,5%	8,5%
	Doméstico	1	0,6%	0,6%
	Estudante	2	1,2%	1,2%
	Desempregado	2	1,2%	1,2%
	Total	164	100,0%	100,0%
Sem Resposta		0	0,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.45 - Nível de ocupação profissional

		N	%	% Válidas
Válidos	Diretor ou Gerente	33	20,1%	21,2%
	Profissional Liberal (médico, advogado, professor, etc.)	50	30,5%	32,1%
	Técnico Especializado (técnico, enfermeiro...)	17	10,4%	10,9%
	Técnico Administrativo	11	6,7%	7,1%
	Profissional de Serviços ou Comércio	17	10,4%	10,9%
	Trabalhador Manual ou Artesão	5	3,0%	3,2%
	Outro	23	14,0%	14,7%
	Total	156	95,1%	100,0%
Sem Resposta		8	4,9%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.46 - Área de ocupação

		N	%	% Válidas
Válidos	Cultura	10	6,1%	6,3%
	Turismo	6	3,7%	3,8%
	Natureza/Ambiente	17	10,4%	10,7%
	Outro	126	76,8%	79,2%
	Total	159	97,0%	100,0%
Sem Resposta		5	3,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.47 - Rendimento anual

		N	%	% Válidas
Válidos	≤ 10.000 Euro	5	3,0%	3,6%
	10.001-20.000 Euro	6	3,7%	4,3%
	20.001-30.000 Euro	11	6,7%	7,9%
	30.001-40.000 Euro	21	12,8%	15,1%
	40.001-50.000 Euro	24	14,6%	17,3%
	50.001-60.000 Euro	22	13,4%	15,8%
	60.001-70.000 Euro	12	7,3%	8,6%
	> 70.000 Euro	38	23,2%	27,3%
Total		139	84,8%	100,0%
Sem Resposta		25	15,2%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.48 - Grau de satisfação do visitante - Localidade

	N		Média*	Moda**
	Válidos	Sem Resposta		
Autenticidade da Paisagem	162	2	8,40	8
Conservação da Arquitetura Tradicional	159	5	7,42	8
Museus e Atrações Culturais	133	31	5,95	6
Festivais e Eventos	120	44	5,72	7
Costumes e Tradições	134	30	6,71	8
Gastronomia Regional	154	10	7,77	8
Hospitalidade da População Local	162	2	8,32	8
Horário de Abertura dos Recursos Turísticos	140	24	6,50	7
Sinalização Turística	153	11	6,28	6
Variedade de Oferta de Serviços	137	27	6,31	7
Serviços dos Postos de Informação Turística	122	42	4,89	4, 6
Infraestruturas de acesso a esta localidade	153	11	6,92	8

N= Frequência, *Média= Média Aritmética, **Moda= Valor que ocorre com maior frequência.

Quadro A.49 - Grau de satisfação do visitante – Localidade: Autenticidade da paisagem

		N	%	% Válidas
Válidos	1	1	0,6%	0,6%
	2	1	0,6%	0,6%
	3	1	0,6%	0,6%
	4	0	0,0%	0,0%
	5	1	0,6%	0,6%
	6	5	3,0%	3,1%
	7	23	14,0%	14,2%
	8	50	30,5%	30,9%
	9	42	25,6%	25,9%
	10	38	23,2%	23,5%
Total		162	98,8%	100,0%
Sem Resposta		2	1,2%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.50 - Grau de satisfação do visitante – Localidade: Conservação da arquitetura tradicional

		N	%	% Válidas
Válidos	1	1	0,6%	0,6%
	2	2	1,2%	1,3%
	3	2	1,2%	1,3%
	4	2	1,2%	1,3%
	5	9	5,5%	5,7%
	6	26	15,9%	16,4%
	7	32	19,5%	20,1%
	8	45	27,4%	28,3%
	9	25	15,2%	15,7%
	10	15	9,1%	9,4%
	Total	159	97,0%	100,0%
Sem Resposta		5	3,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.51 - Grau de satisfação do visitante – Localidade: Museus e atrações culturais

		N	%	% Válidas
Válidos	1	4	2,4%	3,0%
	2	5	3,0%	3,8%
	3	8	4,9%	6,0%
	4	7	4,3%	5,3%
	5	22	13,4%	16,5%
	6	34	20,7%	25,6%
	7	25	15,2%	18,8%
	8	20	12,2%	15,0%
	9	4	2,4%	3,0%
	10	4	2,4%	3,0%
	Total	133	81,1%	100,0%
Sem Resposta		31	18,9%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.52 - Grau de satisfação do visitante – Localidade: Festivais e eventos

		N	%	% Válidas
Válidos	1	5	3,0%	4,2%
	2	4	2,4%	3,3%
	3	11	6,7%	9,2%
	4	14	8,5%	11,7%
	5	19	11,6%	15,8%
	6	14	8,5%	11,7%
	7	34	20,7%	28,3%
	8	10	6,1%	8,3%
	9	3	1,8%	2,5%
	10	6	3,7%	5,0%
	Total	120	73,2%	100,0%
Sem Resposta		44	26,8%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.53 - Grau de satisfação do visitante – Localidade: Costumes e tradições

		N	%	% Válidas
Válidos	1	1	0,6%	0,7%
	2	7	4,3%	5,2%
	3	5	3,0%	3,7%
	4	7	4,3%	5,2%
	5	8	4,9%	6,0%
	6	23	14,0%	17,2%
	7	29	17,7%	21,6%
	8	33	20,1%	24,6%
	9	14	8,5%	10,4%
	10	7	4,3%	5,2%
	Total	134	81,7%	100,0%
Sem Resposta		30	18,3%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.54 - Grau de satisfação do visitante – Localidade: Gastronomia regional

		N	%	% Válidas
Válidos	1	2	1,2%	1,3%
	2	2	1,2%	1,3%
	3	2	1,2%	1,3%
	4	0	0,0%	0,0%
	5	3	1,8%	1,9%
	6	14	8,5%	9,1%
	7	26	15,9%	16,9%
	8	57	34,8%	37,0%
	9	33	20,1%	21,4%
	10	15	9,1%	9,7%
	Total	154	93,9%	100,0%
Sem Resposta		10	6,1%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.55 - Grau de satisfação do visitante – Localidade: Hospitalidade da população local

		N	%	% Válidas
Válidos	1	2	1,2%	1,2%
	2	0	0,0%	0,0%
	3	1	0,6%	0,6%
	4	0	0,0%	0,0%
	5	3	1,8%	1,9%
	6	11	6,7%	6,8%
	7	20	12,2%	12,3%
	8	43	26,2%	26,5%
	9	42	25,6%	25,9%
	10	40	24,4%	24,7%
	Total	162	98,8%	100,0%
Sem Resposta		2	1,2%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.56 - Grau de satisfação do visitante – Localidade: Horário de abertura dos recursos turísticos

		N	%	% Válidas
Válidos	1	3	1,8%	2,1%
	2	0	0,0%	0,0%
	3	7	4,3%	5,0%
	4	13	7,9%	9,3%
	5	14	8,5%	10,0%
	6	18	11,0%	12,9%
	7	43	26,2%	30,7%
	8	30	18,3%	21,4%
	9	5	3,0%	3,6%
	10	7	4,3%	5,0%
	Total	140	85,4%	100,0%
Sem Resposta		24	14,6%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.57 - Grau de satisfação do visitante – Localidade: Sinalização turística

		N	%	% Válidas
Válidos	1	1	0,6%	0,7%
	2	1	0,6%	0,7%
	3	6	3,7%	3,9%
	4	17	10,4%	11,1%
	5	23	14,0%	15,0%
	6	33	20,1%	21,6%
	7	30	18,3%	19,6%
	8	31	18,9%	20,3%
	9	9	5,5%	5,9%
	10	2	1,2%	1,3%
	Total	153	93,3%	100,0%
Sem Resposta		11	6,7%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.58 - Grau de satisfação do visitante – Localidade: Variedade de oferta de serviços

		N	%	% Válidas
Válidos	1	4	2,4%	2,9%
	2	1	0,6%	0,7%
	3	4	2,4%	2,9%
	4	13	7,9%	9,5%
	5	25	15,2%	18,2%
	6	24	14,6%	17,5%
	7	32	19,5%	23,4%
	8	15	9,1%	10,9%
	9	9	5,5%	6,6%
	10	10	6,1%	7,3%
	Total	137	83,5%	100,0%
Sem Resposta		27	16,5%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.59 - Grau de satisfação do visitante – Localidade: Serviços dos postos de informação turística

		N	%	% Válidas
Válidos	1	10	6,1%	8,2%
	2	10	6,1%	8,2%
	3	13	7,9%	10,7%
	4	20	12,2%	16,4%
	5	19	11,6%	15,6%
	6	20	12,2%	16,4%
	7	15	9,1%	12,3%
	8	9	5,5%	7,4%
	9	4	2,4%	3,3%
	10	2	1,2%	1,6%
	Total	122	74,4%	100,0%
Sem Resposta		42	25,6%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.60 - Grau de satisfação do visitante – Localidade: Infraestruturas de acesso a esta localidade

		N	%	% Válidas
Válidos	1	2	1,2%	1,3%
	2	1	0,6%	0,7%
	3	7	4,3%	4,6%
	4	12	7,3%	7,8%
	5	16	9,8%	10,5%
	6	15	9,1%	9,8%
	7	25	15,2%	16,3%
	8	45	27,4%	29,4%
	9	20	12,2%	13,1%
	10	10	6,1%	6,5%
	Total	153	93,3%	100,0%
Sem Resposta		11	6,7%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.61 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento

Qualidade do alojamento (1 a 10)	N		Média*	Moda**
	Válidos	Sem Resposta		
Atendimento Pessoal - Profissionalismo	162	2	7,67	10
Atendimento Pessoal - Hospitalidade	163	1	8,71	10
Limpeza e Manutenção	163	1	8,35	9
Equipamento e Decoração	164	0	8,07	8
Estilo Arquitetónico	163	1	8,20	8
Alimentação	69	95	7,04	10
Animação	47	117	5,53	1
Contacto com os Proprietários do Alojamento	162	2	7,91	10
Localização e Arredores	161	3	8,03	8
Sustentabilidade/ Preocupação com o Meio Ambiente	151	13	7,38	10
Relação Qualidade / Serviços / Preços	159	5	7,66	8
Acesso a Novas Tecnologias	142	22	6,62	8
Informação sobre a Localidade	147	17	6,93	8

N= Frequência, *Média= Média Aritmética, **Moda= Valor que ocorre com maior frequência.

Quadro A.62 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento: Atendimento pessoal - profissionalismo

		N	%	% Válidas
Válidos	1	3	1,8%	1,9%
	2	1	0,6%	0,6%
	3	4	2,4%	2,5%
	4	6	3,7%	3,7%
	5	6	3,7%	3,7%
	6	16	9,8%	9,9%
	7	32	19,5%	19,8%
	8	30	18,3%	18,5%
	9	28	17,1%	17,3%
	10	36	22,0%	22,2%
	Total	162	98,8%	100,0%
Sem Resposta		2	1,2%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.63 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento: Atendimento pessoal - hospitalidade

		N	%	% Válidas
Válidos	1	2	1,2%	1,2%
	2	0	0,0%	0,0%
	3	1	0,6%	0,6%
	4	1	0,6%	0,6%
	5	1	0,6%	0,6%
	6	4	2,4%	2,5%
	7	18	11,0%	11,0%
	8	31	18,9%	19,0%
	9	43	26,2%	26,4%
	10	62	37,8%	38,0%
	Total	163	99,4%	100,0%
Sem Resposta		1	0,6%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.64 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento: Limpeza e manutenção

		N	%	% Válidas
Válidos	1	2	1,2%	1,2%
	2	0	0,0%	0,0%
	3	0	0,0%	0,0%
	4	1	0,6%	0,6%
	5	3	1,8%	1,8%
	6	4	2,4%	2,5%
	7	26	15,9%	16,0%
	8	45	27,4%	27,6%
	9	46	28,0%	28,2%
	10	36	22,0%	22,1%
	Total	163	99,4%	100,0%
Sem Resposta		1	0,6%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.65 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento: Equipamento e decoração

		N	%	% Válidas
Válidos	1	2	1,2%	1,2%
	2	0	0,0%	0,0%
	3	1	0,6%	0,6%
	4	3	1,8%	1,8%
	5	4	2,4%	2,4%
	6	9	5,5%	5,5%
	7	27	16,5%	16,5%
	8	48	29,3%	29,3%
	9	40	24,4%	24,4%
	10	30	18,3%	18,3%
	Total	164	100,0%	100,0%
Sem Resposta		0	0,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.66 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento: Estilo arquitetônico

		N	%	% Válidas
Válidos	1	0	0,0%	0,0%
	2	2	1,2%	1,2%
	3	0	0,0%	0,0%
	4	2	1,2%	1,2%
	5	4	2,4%	2,5%
	6	11	6,7%	6,7%
	7	22	13,4%	13,5%
	8	46	28,0%	28,2%
	9	43	26,2%	26,4%
	10	33	20,1%	20,2%
	Total	163	99,4%	100,0%
Sem Resposta		1	0,6%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.67 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento: Alimentação

		N	%	% Válidas
Válidos	1	10	6,1%	14,5%
	2	0	0,0%	0,0%
	3	1	0,6%	1,4%
	4	3	1,8%	4,3%
	5	2	1,2%	2,9%
	6	7	4,3%	10,1%
	7	5	3,0%	7,2%
	8	14	8,5%	20,3%
	9	8	4,9%	11,6%
	10	19	11,6%	27,5%
	Total	69	42,1%	100,0%
Sem Resposta		95	57,9%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.68 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento: Animação

		N	%	% Válidas
Válidos	1	9	5,5%	19,1%
	2	6	3,7%	12,8%
	3	3	1,8%	6,4%
	4	0	0,0%	0,0%
	5	1	0,6%	2,1%
	6	4	2,4%	8,5%
	7	8	4,9%	17,0%
	8	6	3,7%	12,8%
	9	3	1,8%	6,4%
	10	7	4,3%	14,9%
	Total	47	28,7%	100,0%
Sem Resposta		117	71,3%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.69 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento: Contacto com os proprietários do alojamento

		N	%	% Válidas
Válidos	1	1	0,6%	0,6%
	2	3	1,8%	1,9%
	3	8	4,9%	4,9%
	4	7	4,3%	4,3%
	5	3	1,8%	1,9%
	6	13	7,9%	8,0%
	7	20	12,2%	12,3%
	8	23	14,0%	14,2%
	9	35	21,3%	21,6%
	10	49	29,9%	30,2%
	Total	162	98,8%	100,0%
Sem Resposta		2	1,2%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.70 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento: Localização e arredores

		N	%	% Válidas
Válidos	1	0	0,0%	0,0%
	2	2	1,2%	1,2%
	3	1	0,6%	0,6%
	4	3	1,8%	1,9%
	5	9	5,5%	5,6%
	6	8	4,9%	5,0%
	7	22	13,4%	13,7%
	8	45	27,4%	28,0%
	9	43	26,2%	26,7%
	10	28	17,1%	17,4%
	Total	161	98,2%	100,0%
Sem Resposta		3	1,8%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

*Quadro A.71 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento: Sustentabilidade /
Preocupação com o meio ambiente*

		N	%	% Válidas
Válidos	1	1	0,6%	0,7%
	2	2	1,2%	1,3%
	3	5	3,0%	3,3%
	4	8	4,9%	5,3%
	5	14	8,5%	9,3%
	6	17	10,4%	11,3%
	7	24	14,6%	15,9%
	8	26	15,9%	17,2%
	9	26	15,9%	17,2%
	10	28	17,1%	18,5%
	Total	151	92,1%	100,0%
Sem Resposta		13	7,9%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

*Quadro A.72 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento: Relação qualidade /
serviços / preços*

		N	%	% Válidas
Válidos	1	2	1,2%	1,3%
	2	0	0,0%	0,0%
	3	4	2,4%	2,5%
	4	6	3,7%	3,8%
	5	6	3,7%	3,8%
	6	18	11,0%	11,3%
	7	22	13,4%	13,8%
	8	41	25,0%	25,8%
	9	40	24,4%	25,2%
	10	20	12,2%	12,6%
	Total	159	97,0%	100,0%
Sem Resposta		5	3,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.73 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento: Acesso a novas tecnologias

		N	%	% Válidas
Válidos	1	6	3,7%	4,2%
	2	5	3,0%	3,5%
	3	8	4,9%	5,6%
	4	11	6,7%	7,7%
	5	9	5,5%	6,3%
	6	18	11,0%	12,7%
	7	21	12,8%	14,8%
	8	31	18,9%	21,8%
	9	22	13,4%	15,5%
	10	11	6,7%	7,7%
	Total	142	86,6%	100,0%
Sem Resposta		22	13,4%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.74 - Grau de satisfação do visitante - Alojamento: Informação sobre a localidade

		N	%	% Válidas
Válidos	1	4	2,4%	2,7%
	2	6	3,7%	4,1%
	3	7	4,3%	4,8%
	4	6	3,7%	4,1%
	5	12	7,3%	8,2%
	6	17	10,4%	11,6%
	7	21	12,8%	14,3%
	8	33	20,1%	22,4%
	9	25	15,2%	17,0%
	10	16	9,8%	10,9%
	Total	147	89,6%	100,0%
Sem Resposta		17	10,4%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.75 - Grau de satisfação global da visita

Grau de Satisfação Global da Visita	N		Média*	Moda**
	Válidos	Sem Resposta		
Total	164	0	7,89	8

N= Frequência, *Média= Média Aritmética, **Moda= Valor que ocorre com maior frequência.

Quadro A.76 - Grau de satisfação global da visita (detalhe)

		N	%	% Válidas
Válidos	1	0	0,0%	0,0%
	2	1	0,6%	0,6%
	3	0	0,0%	0,0%
	4	2	1,2%	1,2%
	5	5	3,0%	3,0%
	6	13	7,9%	7,9%
	7	32	19,5%	19,5%
	8	59	36,0%	36,0%
	9	35	21,3%	21,3%
	10	17	10,4%	10,4%
	Total	164	100,0%	100,0%
Sem Resposta		0	0,0%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

Quadro A.77 - Voltaria ou recomendaria esta unidade turística?

		N	%	% Válidas
Válidos	Sim	127	77,4%	0,5%
	Não	35	21,3%	0,1%
	Total	162	98,8%	0,6%
Sem Resposta		2	1,2%	
Total		164	100,0%	

N= Frequência

TRIANGULAÇÃO DAS VARIÁVEIS

Quadro A.78 - Visita anterior *versus* Principal motivo de viagem

Visita anterior (VA) * Principal motivo de viagem	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
VA * Turismo	14	42,4%	19	57,6%	33	100,0%
VA * Interesse pela Cultura Tradicional	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
VA * Interesse pela Natureza	12	36,4%	21	63,6%	33	100,0%
VA * Interesse Gastronómico	1	3,0%	32	97,0%	33	100,0%
VA * Interesse pela Zona	3	9,1%	30	90,9%	33	100,0%
VA * Visita a Monumentos	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
VA * Evento Cultural/Desportivo	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
VA * Visita a amigos ou familiares	1	3,0%	32	97,0%	33	100,0%
VA * Negócios/Estudos	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
VA * Outro	2	6,1%	31	93,9%	33	100,0%

N= Frequência

Quadro A.79 - Visita anterior *versus* Porque motivo optou por uma unidade turística rural

Visita anterior (VA) * Porque motivo optou por uma unidade turística rural	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
VA * Ambiente Familiar	14	42,4%	19	57,6%	33	100,0%
VA * Tranquilidade e Descanso	24	72,7%	9	27,3%	33	100,0%
VA * Contacto com a Cultura Local	10	30,3%	23	69,7%	33	100,0%
VA * Contacto com a Natureza	16	48,5%	17	51,5%	33	100,0%
VA * Atividades no Meio Rural	6	18,2%	27	81,8%	33	100,0%
VA * Desenvolvimento Sustentável	1	3,0%	32	97,0%	33	100,0%
VA * Contacto com a População Local	9	27,3%	24	72,7%	33	100,0%
VA * Grupo de Amigos /Família	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
VA * Outro	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula

N= Frequência

Quadro A.80 - Visita anterior versus Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita

Visita anterior (VA)* Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
VA * Experimentar a gastronomia tradicional	22	66,7%	11	33,3%	33	100,0%
VA * Comprar produtos tradicionais da zona	11	33,3%	22	66,7%	33	100,0%
VA * Realizar atividades culturais	6	18,2%	27	81,8%	33	100,0%
VA * Realizar atividades na natureza	25	75,8%	8	24,2%	33	100,0%
VA * Realizar atividades desportivas ou de aventura	9	27,3%	24	72,7%	33	100,0%
VA * Outras	3	9,1%	30	90,9%	33	100,0%

N= Frequência

Quadro A.81 - Visita anterior versus Grau de satisfação atribuído à visita

Visita anterior *Grau de Satisfação Global da Visita	N		Média*	Moda**
	Válidos	Sem Resposta		
Total	33	0	8,5	8

N= Frequência, *Média= Média Aritmética, **Moda= Valor que ocorre com maior frequência.

Quadro A.82 - Principal motivo de viagem (TUR) versus Porque motivo optou por uma unidade turística rural

Turismo (TUR)	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
TUR * Tranquilidade e Descanso	68	64,2%	38	35,8%	106	100,0%
TUR * Contacto com a Natureza	51	48,1%	55	51,9%	106	100,0%
TUR * Contacto com a Cultura Local	46	43,4%	60	56,6%	106	100,0%
TUR * Ambiente Familiar	37	34,9%	69	65,1%	106	100,0%
TUR * Contacto com a População Local	35	33,0%	71	67,0%	106	100,0%
TUR * Atividades no Meio Rural	18	17,0%	88	83,0%	106	100,0%
TUR * Desenvolvimento Sustentável	5	4,7%	101	95,3%	106	100,0%
TUR * Grupo de Amigos /Família	1	0,9%	105	99,1%	106	100,0%
TUR * Outro	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula

N= Frequência

Quadro A.83 - Principal motivo de viagem (ICT) versus Porque motivo optou por uma unidade turística rural

Interesse pela Cultura Tradicional (ICT)	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
ICT * Contacto com a Cultura Local	4	100,0%	0	0,0%	4	100,0%
ICT * Tranquilidade e Descanso	3	75,0%	1	25,0%	4	100,0%
ICT * Ambiente Familiar	2	50,0%	2	50,0%	4	100,0%
ICT * Contacto com a Natureza	2	50,0%	2	50,0%	4	100,0%
ICT * Contacto com a População Local	2	50,0%	2	50,0%	4	100,0%
ICT * Atividades no Meio Rural	1	25,0%	3	75,0%	4	100,0%
ICT * Desenvolvimento Sustentável	0	0,0%	4	100,0%	4	100,0%
ICT * Grupo de Amigos /Família	0	0,0%	4	100,0%	4	100,0%
ICT * Outro	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula

N= Frequência

Quadro A.84 - Principal motivo de viagem (IN) versus Porque motivo optou por uma unidade turística rural

Interesse pela Natureza (IN)	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
IN * Tranquilidade e Descanso	23	74,2%	8	25,8%	31	100,0%
IN * Contacto com a Natureza	18	58,1%	13	41,9%	31	100,0%
IN * Contacto com a População Local	12	38,7%	19	61,3%	31	100,0%
IN * Ambiente Familiar	11	35,5%	20	64,5%	31	100,0%
IN * Contacto com a Cultura Local	11	35,5%	20	64,5%	31	100,0%
IN * Atividades no Meio Rural	8	25,8%	23	74,2%	31	100,0%
IN * Desenvolvimento Sustentável	1	3,2%	30	96,8%	31	100,0%
IN * Grupo de Amigos /Família	1	3,2%	30	96,8%	31	100,0%
IN * Outro	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula

N= Frequência

Quadro A.85 - Principal motivo de viagem (IG) versus Porque motivo optou por uma unidade turística rural

Interesse Gastronómico (IG)	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
IG * Tranquilidade e Descanso	6	60,0%	4	40,0%	10	100,0%
IG * Contacto com a População Local	6	60,0%	4	40,0%	10	100,0%
IG * Contacto com a Natureza	5	50,0%	5	50,0%	10	100,0%
IG * Ambiente Familiar	3	30,0%	7	70,0%	10	100,0%
IG * Contacto com a Cultura Local	3	30,0%	7	70,0%	10	100,0%
IG * Atividades no Meio Rural	3	30,0%	7	70,0%	10	100,0%
IG * Desenvolvimento Sustentável	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
IG * Grupo de Amigos /Família	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
IG * Outro	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula

N= Frequência

Quadro A.86 - Principal motivo de viagem (IZ) versus Porque motivo optou por uma unidade turística rural

Interesse pela Zona (IZ)	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
IZ * Tranquilidade e Descanso	5	55,6%	4	44,4%	9	100,0%
IZ * Contacto com a Cultura Local	5	55,6%	4	44,4%	9	100,0%
IZ * Atividades no Meio Rural	5	55,6%	4	44,4%	9	100,0%
IZ * Contacto com a População Local	4	44,4%	5	55,6%	9	100,0%
IZ * Ambiente Familiar	3	33,3%	6	66,7%	9	100,0%
IZ * Contacto com a Natureza	1	11,1%	8	88,9%	9	100,0%
IZ * Desenvolvimento Sustentável	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
IZ * Grupo de Amigos /Família	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
IZ * Outro	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula

N= Frequência

Quadro A.87 - Principal motivo de viagem (VM) versus Porque motivo optou por uma unidade turística rural

Visita a Monumentos (VM)	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
VM * Ambiente Familiar	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
VM * Tranquilidade e Descanso	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
VM * Contacto com a Cultura Local	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
VM * Contacto com a Natureza	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
VM * Atividades no Meio Rural	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
VM * Desenvolvimento Sustentável	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
VM * Contacto com a População Local	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
VM * Grupo de Amigos /Família	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
VM * Outro	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula

N= Frequência

Quadro A.88 - Principal motivo de viagem (EC/D) versus Porque motivo optou por uma unidade turística rural

Evento Cultural/Desportivo (EC/D)	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
EC/D * Ambiente Familiar	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
EC/D * Tranquilidade e Descanso	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
EC/D * Contacto com a Cultura Local	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
EC/D * Contacto com a Natureza	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
EC/D * Atividades no Meio Rural	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
EC/D * Desenvolvimento Sustentável	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
EC/D * Contacto com a População Local	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
EC/D * Grupo de Amigos /Família	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
EC/D * Outro	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula

N= Frequência

Quadro A.89 - Principal motivo de viagem (VAF) versus Porque motivo optou por uma unidade turística rural

Visita a amigos ou familiares (VAF)	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
VAF * Ambiente Familiar	1	100,0%	0	0,0%	1	100,0%
VAF * Tranquilidade e Descanso	1	100,0%	0	0,0%	1	100,0%
VAF * Contacto com a Cultura Local	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
VAF * Contacto com a Natureza	1	100,0%	0	0,0%	1	100,0%
VAF * Atividades no Meio Rural	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
VAF * Desenvolvimento Sustentável	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
VAF * Contacto com a População Local	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
VAF * Grupo de Amigos /Família	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
VAF * Outro	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula

N= Frequência

Quadro A.90 - Principal motivo de viagem (N/E) versus Porque motivo optou por uma unidade turística rural

Negócios/Estudos (N/E)	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
N/E * Ambiente Familiar	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
N/E * Tranquilidade e Descanso	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
N/E * Contacto com a Cultura Local	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
N/E * Contacto com a Natureza	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
N/E * Atividades no Meio Rural	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
N/E * Desenvolvimento Sustentável	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
N/E * Contacto com a População Local	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
N/E * Grupo de Amigos /Família	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
N/E * Outro	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula

N= Frequência

Quadro A.91 - Principal motivo de viagem (Outro) versus Porque motivo optou por uma unidade turística rural

Outro	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
Outro * Ambiente Familiar	2	66,7%	1	33,3%	3	100,0%
Outro * Tranquilidade e Descanso	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Contacto com a Cultura Local	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Contacto com a Natureza	1	33,3%	2	66,7%	3	100,0%
Outro * Atividades no Meio Rural	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Desenvolvimento Sustentável	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Contacto com a População Local	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Grupo de Amigos /Família	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Outro	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula

N= Frequência

Quadro A.92 - Principal motivo de viagem (TUR) versus Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita

Turismo (TUR)	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
TUR * Realizar atividades na natureza	92	86,8%	14	13,2%	106	100,0%
TUR * Experimentar a gastronomia tradicional	90	84,9%	16	15,1%	106	100,0%
TUR * Comprar produtos tradicionais da zona	66	62,3%	40	37,7%	106	100,0%
TUR * Realizar atividades culturais	46	43,4%	60	56,6%	106	100,0%
TUR * Realizar atividades desportivas ou de aventura	24	22,6%	82	77,4%	106	100,0%
TUR * Outras	4	3,8%	102	96,2%	106	100,0%

N= Frequência

Quadro A.93 - Principal motivo de viagem (ICT) versus Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita

Interesse pela Cultura Tradicional (ICT)	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
ICT * Experimentar a gastronomia tradicional	4	100,0%	0	0,0%	4	100,0%
ICT * Realizar atividades culturais	4	100,0%	0	0,0%	4	100,0%
ICT * Realizar atividades na natureza	3	75,0%	1	25,0%	4	100,0%
ICT * Comprar produtos tradicionais da zona	2	50,0%	2	50,0%	4	100,0%
ICT * Realizar atividades desportivas ou de aventura	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
ICT * Outras	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula

N= Frequência

Quadro A.94 - Principal motivo de viagem (IN) versus Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita

Interesse pela Natureza (IN)	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
IN * Realizar atividades na natureza	28	90,3%	3	9,7%	31	100,0%
IN * Experimentar a gastronomia tradicional	17	54,8%	14	45,2%	31	100,0%
IN * Comprar produtos tradicionais da zona	10	32,3%	21	67,7%	31	100,0%
IN * Realizar atividades culturais	6	19,4%	25	80,6%	31	100,0%
IN * Realizar atividades desportivas ou de aventura	4	12,9%	27	87,1%	31	100,0%
IN * Outras	3	9,7%	28	90,3%	31	100,0%

N= Frequência

Quadro A.95 - Principal motivo de viagem (IG) versus Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita

Interesse Gastronómico (IG)	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
IG * Experimentar a gastronomia tradicional	10	100,0%	0	0,0%	10	100,0%
IG * Realizar atividades na natureza	8	80,0%	2	20,0%	10	100,0%
IG * Realizar atividades culturais	5	50,0%	5	50,0%	10	100,0%
IG * Comprar produtos tradicionais da zona	3	30,0%	7	70,0%	10	100,0%
IG * Realizar atividades desportivas ou de aventura	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
IG * Outras	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula

N= Frequência

Quadro A.96 - Principal motivo de viagem (IZ) versus Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita

Interesse pela Zona (IZ)	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
IZ * Experimentar a gastronomia tradicional	5	55,6%	4	44,4%	9	100,0%
IZ * Realizar atividades culturais	5	55,6%	4	44,4%	9	100,0%
IZ * Comprar produtos tradicionais da zona	4	44,4%	5	55,6%	9	100,0%
IZ * Realizar atividades na natureza	4	44,4%	5	55,6%	9	100,0%
IZ * Realizar atividades desportivas ou de aventura	3	33,3%	6	66,7%	9	100,0%
IZ * Outras	2	22,2%	7	77,8%	9	100,0%

N= Frequência

Quadro A.97 - Principal motivo de viagem (TUR) versus Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita

Visita a Monumentos (VM)	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
VM * Experimentar a gastronomia tradicional	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
VM * Comprar produtos tradicionais da zona	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
VM * Realizar atividades culturais	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
VM * Realizar atividades na natureza	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
VM * Realizar atividades desportivas ou de aventura	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
VM * Outras	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula

N= Frequência

Quadro A.98 - Principal motivo de viagem (EC/D) versus Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita

Evento Cultural/Desportivo (EC/D)	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
EC/D * Experimentar a gastronomia tradicional	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
EC/D * Comprar produtos tradicionais da zona	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
EC/D * Realizar atividades culturais	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
EC/D * Realizar atividades na natureza	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
EC/D * Realizar atividades desportivas ou de aventura	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
EC/D * Outras	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula

N= Frequência

Quadro A.99 - Principal motivo de viagem (VAF) versus Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita

Visita a amigos ou familiares (VAF)	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
VAF * Experimentar a gastronomia tradicional	1	100,0%	0	0,0%	1	100,0%
VAF * Comprar produtos tradicionais da zona	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
VAF * Realizar atividades culturais	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
VAF * Realizar atividades na natureza	1	100,0%	0	0,0%	1	100,0%
VAF * Realizar atividades desportivas ou de aventura	1	100,0%	0	0,0%	1	100,0%
VAF * Outras	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula

N= Frequência

Quadro A.100 - Principal motivo de viagem (N/E) versus Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita

Negócios/Estudos (N/E)	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
N/E * Experimentar a gastronomia tradicional	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
N/E * Comprar produtos tradicionais da zona	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
N/E * Realizar atividades culturais	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
N/E * Realizar atividades na natureza	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
N/E * Realizar atividades desportivas ou de aventura	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
N/E * Outras	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula

N= Frequência

Quadro A.101 - Principal motivo de viagem (Outro) versus Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita

Outro	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
Outro * Experimentar a gastronomia tradicional	2	66,7%	1	33,3%	3	100,0%
Outro * Comprar produtos tradicionais da zona	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Realizar atividades culturais	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Realizar atividades na natureza	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Realizar atividades desportivas ou de aventura	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Outras	1	33,3%	2	66,7%	3	100,0%

N= Frequência

Quadro A.102 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AF) versus Tempo de estadia

Ambiente Familiar (AF)	Tempo de Estadia - Grupos				Total
	1	2	3	4	
N	11	38	8	2	59
%	18,6%	64,4%	13,6%	3,4%	100,0%

Grupos: 1 (0 a 3 noites); 2 (4 a 7 noites); 3 (8 a 15 noites); 4 (16 a 30 noites)

Quadro A.103 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (TD) versus Tempo de estadia

Tranquilidade e Descanso (TD)	Tempo de Estadia - Grupos				Total
	1	2	3	4	
N	12	61	29	4	106
%	11,3%	57,5%	27,4%	3,8%	100,0%

Grupos: 1 (0 a 3 noites); 2 (4 a 7 noites); 3 (8 a 15 noites); 4 (16 a 30 noites)

Quadro A.104 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CCL) versus Tempo de estadia

Contacto com a Cultura Local (CCL)	Tempo de Estadia - Grupos				Total
	1	2	3	4	
N	9	42	18	Nula	69
%	13,0%	60,9%	26,1%	Nula	100,0%

Grupos: 1 (0 a 3 noites); 2 (4 a 7 noites); 3 (8 a 15 noites); 4 (16 a 30 noites)

Quadro A.105 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CN) versus Tempo de estadia

Contacto com a Natureza (CN)	Tempo de Estadia - Grupos				Total
	1	2	3	4	
N	12	46	19	2	79
%	15,2%	58,2%	24,1%	2,5%	100,0%

Grupos: **1** (0 a 3 noites); **2** (4 a 7 noites); **3** (8 a 15 noites); **4** (16 a 30 noites)

Quadro A.106 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AMR) versus Tempo de estadia

Atividades no Meio Rural (AMR)	Tempo de Estadia - Grupos				Total
	1	2	3	4	
N	7	22	6	Nula	35
%	20,0%	62,9%	17,1%	Nula	100,0%

Grupos: **1** (0 a 3 noites); **2** (4 a 7 noites); **3** (8 a 15 noites); **4** (16 a 30 noites)

Quadro A.107 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (DS) versus Tempo de estadia

Desenvolvimento Sustentável (DS)	Tempo de Estadia - Grupos				Total
	1	2	3	4	
N	1	3	2	Nula	6
%	16,7%	50,0%	33,3%	Nula	100,0%

Grupos: **1** (0 a 3 noites); **2** (4 a 7 noites); **3** (8 a 15 noites); **4** (16 a 30 noites)

Quadro A.108 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CPL) versus Tempo de estadia

Contacto com a População Local (CPL)	Tempo de Estadia - Grupos				
	1	2	3	4	Total
N	6	38	15	Nula	59
%	10,2%	64,4%	25,4%	Nula	100,0%

Grupos: **1** (0 a 3 noites); **2** (4 a 7 noites); **3** (8 a 15 noites); **4** (16 a 30 noites)

Quadro A.109 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (GA/F) versus Tempo de estadia

Grupo de Amigos /Família (GA/F)	Tempo de Estadia - Grupos				
	1	2	3	4	Total
N	1	1	Nula	Nula	2
%	50,0%	50,0%	Nula	Nula	100,0%

Grupos: **1** (0 a 3 noites); **2** (4 a 7 noites); **3** (8 a 15 noites); **4** (16 a 30 noites)

Quadro A.110 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (Outro) versus Tempo de estadia

Outro	Tempo de Estadia - Grupos				
	1	2	3	4	Total
N	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
%	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula

Grupos: **1** (0 a 3 noites); **2** (4 a 7 noites); **3** (8 a 15 noites); **4** (16 a 30 noites)

Quadro A.111 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AF) versus Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita

Ambiente Familiar (AF)	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
AF * Experimentar a gastronomia tradicional	47	79,7%	12	20,3%	59	100,0%
AF * Comprar produtos tradicionais da zona	33	55,9%	26	44,1%	59	100,0%
AF * Realizar atividades culturais	29	49,2%	30	50,8%	59	100,0%
AF * Realizar atividades na natureza	49	83,1%	10	16,9%	59	100,0%
AF * Realizar atividades desportivas ou de aventura	12	20,3%	47	79,7%	59	100,0%
AF * Outras	7	11,9%	52	88,1%	59	100,0%

N= Frequência

Quadro A.112 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (TD) versus Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita

Tranquilidade e Descanso (TD)	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
TD * Experimentar a gastronomia tradicional	82	77,4%	24	22,6%	106	100,0%
TD * Comprar produtos tradicionais da zona	56	52,8%	50	47,2%	106	100,0%
TD * Realizar atividades culturais	37	34,9%	69	65,1%	106	100,0%
TD * Realizar atividades na natureza	95	89,6%	11	10,4%	106	100,0%
TD * Realizar atividades desportivas ou de aventura	24	22,6%	82	77,4%	106	100,0%
TD * Outras	5	4,7%	101	95,3%	106	100,0%

N= Frequência

*Quadro A.113 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CCL) versus
Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita*

Contacto com a Cultura Local (CCL)	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
CCL * Experimentar a gastronomia tradicional	59	85,5%	10	14,5%	69	100,0%
CCL * Comprar produtos tradicionais da zona	39	56,5%	30	43,5%	69	100,0%
CCL * Realizar atividades culturais	51	73,9%	18	26,1%	69	100,0%
CCL * Realizar atividades na natureza	58	84,1%	11	15,9%	69	100,0%
CCL * Realizar atividades desportivas ou de aventura	13	18,8%	56	81,2%	69	100,0%
CCL * Outras	5	7,2%	64	92,8%	69	100,0%

N= Frequência

*Quadro A.114 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CN) versus
Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita*

Contacto com a Natureza (CN)	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
CN * Experimentar a gastronomia tradicional	61	77,2%	18	22,8%	79	100,0%
CN * Comprar produtos tradicionais da zona	37	46,8%	42	53,2%	79	100,0%
CN * Realizar atividades culturais	25	31,6%	54	68,4%	79	100,0%
CN * Realizar atividades na natureza	75	94,9%	4	5,1%	79	100,0%
CN * Realizar atividades desportivas ou de aventura	16	20,3%	63	79,7%	79	100,0%
CN * Outras	5	6,3%	74	93,7%	79	100,0%

N= Frequência

Quadro A.115 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AMR) versus Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita

Atividades no Meio Rural (AMR)	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
AMR * Experimentar a gastronomia tradicional	30	85,7%	5	14,3%	35	100,0%
AMR * Comprar produtos tradicionais da zona	20	57,1%	15	42,9%	35	100,0%
AMR * Realizar atividades culturais	24	68,6%	11	31,4%	35	100,0%
AMR * Realizar atividades na natureza	27	77,1%	8	22,9%	35	100,0%
AMR * Realizar atividades desportivas ou de aventura	9	25,7%	26	74,3%	35	100,0%
AMR * Outras	4	11,4%	31	88,6%	35	100,0%

N= Frequência

Quadro A.116 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (DS) versus Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita

Desenvolvimento Sustentável (DS)	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
DS * Experimentar a gastronomia tradicional	6	100,0%	0	0,0%	6	100,0%
DS * Comprar produtos tradicionais da zona	3	50,0%	3	50,0%	6	100,0%
DS * Realizar atividades culturais	4	66,7%	2	33,3%	6	100,0%
DS * Realizar atividades na natureza	6	100,0%	0	0,0%	6	100,0%
DS * Realizar atividades desportivas ou de aventura	5	83,3%	1	16,7%	6	100,0%
DS * Outras	3	50,0%	3	50,0%	6	100,0%

N= Frequência

Quadro A.117 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CPL) versus Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita

Contacto com a População Local (CPL)	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
CPL * Experimentar a gastronomia tradicional	51	86,4%	8	13,6%	59	100,0%
CPL * Comprar produtos tradicionais da zona	38	64,4%	21	35,6%	59	100,0%
CPL * Realizar atividades culturais	35	59,3%	24	40,7%	59	100,0%
CPL * Realizar atividades na natureza	46	78,0%	13	22,0%	59	100,0%
CPL * Realizar atividades desportivas ou de aventura	16	27,1%	43	72,9%	59	100,0%
CPL * Outras	5	8,5%	54	91,5%	59	100,0%

N= Frequência

Quadro A.118 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (GA/F) versus Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita

Grupo de Amigos /Família (GA/F)	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
GA/F * Experimentar a gastronomia tradicional	1	50,0%	1	50,0%	2	100,0%
GA/F * Comprar produtos tradicionais da zona	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
GA/F * Realizar atividades culturais	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
GA/F * Realizar atividades na natureza	2	100,0%	0	0,0%	2	100,0%
GA/F * Realizar atividades desportivas ou de aventura	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
GA/F * Outras	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula

N= Frequência

Quadro A.119 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (Outro) versus Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua visita

Outro	Casos					
	Válidos		Sem Resposta		Total	
	N	%	N	%	N	%
Outro * Experimentar a gastronomia tradicional	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Comprar produtos tradicionais da zona	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Realizar atividades culturais	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Realizar atividades na natureza	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Realizar atividades desportivas ou de aventura	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Outras	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula

N= Frequência

Quadro A.120 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AF) versus Grupo etário

Ambiente Familiar (AF)	Grupo Etário						Total
	≤ 19 anos	20-29 anos	30-39 anos	40-49 anos	50-59 anos	≥ 60 anos	
N	1	2	12	23	15	6	59
%	1,7%	3,4%	20,3%	39,0%	25,4%	10,2%	100,0%

Quadro A.121 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (TD) versus Grupo etário

Tranquilidade e Descanso (TD)	Grupo Etário						Total
	≤ 19 anos	20-29 anos	30-39 anos	40-49 anos	50-59 anos	≥ 60 anos	
N	Nula	6	30	38	20	12	106
%	Nula	5,7%	28,3%	35,8%	18,9%	11,3%	100,0%

Quadro A.122 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CCL) versus Grupo etário

Contacto com a Cultura Local (CCL)	Grupo Etário						Total
	≤ 19 anos	20-29 anos	30-39 anos	40-49 anos	50-59 anos	≥ 60 anos	
N	1	3	16	25	18	6	69
%	1,4%	4,3%	23,2%	36,2%	26,1%	8,7%	100,0%

Quadro A.123 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CN) versus Grupo etário

Contacto com a Natureza (CN)	Grupo Etário						Total
	≤ 19 anos	20-29 anos	30-39 anos	40-49 anos	50-59 anos	≥ 60 anos	
N	Nula	7	18	31	14	9	79
%	Nula	8,9%	22,8%	39,2%	17,7%	11,4%	100,0%

Quadro A.124 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AMR) versus Grupo etário

Atividades no Meio Rural (AMR)	Grupo Etário						Total
	≤ 19 anos	20-29 anos	30-39 anos	40-49 anos	50-59 anos	≥ 60 anos	
N	Nula	2	9	13	9	2	35
%	Nula	5,7%	25,7%	37,1%	25,7%	5,7%	100,0%

Quadro A.125 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (DS) versus Grupo etário

Desenvolvimento Sustentável (DS)	Grupo Etário						Total
	≤ 19 anos	20-29 anos	30-39 anos	40-49 anos	50-59 anos	≥ 60 anos	
N	Nula	Nula	2	3	1	Nula	6
%	Nula	Nula	33,3%	50,0%	16,7%	Nula	100,0%

Quadro A.126 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CPL) versus Grupo etário

Contacto com a População Local (CPL)	Grupo Etário						Total
	≤ 19 anos	20-29 anos	30-39 anos	40-49 anos	50-59 anos	≥ 60 anos	
N	Nula	2	10	25	14	8	59
%	Nula	3,4%	16,9%	42,4%	23,7%	13,6%	100,0%

Quadro A.127 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (GA/F) versus Grupo etário

Grupo de Amigos /Família (GA/F)	Grupo Etário						Total
	≤ 19 anos	20-29 anos	30-39 anos	40-49 anos	50-59 anos	≥ 60 anos	
N	1	1	Nula	Nula	Nula	Nula	2
%	50,0%	50,0%	Nula	Nula	Nula	Nula	100,0%

Quadro A.128 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (Outro) versus Grupo etário

Outro	Grupo Etário						Total
	≤ 19 anos	20-29 anos	30-39 anos	40-49 anos	50-59 anos	≥ 60 anos	
N	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
%	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula

*Quadro A.129 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AF) versus
Habilitações literárias*

Ambiente Familiar (AF)	Habilitações Literárias					Total
	Ensino Básico	Ensino Secundário	Ensino Profissional	Bacharelato/ Licenciatura	Mestrado/ Doutoramento	
N	Nula	3	5	24	Nula	32
%	Nula	9,4%	15,6%	75,0%	Nula	100,0%

*Quadro A.130 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (TD) versus
Habilitações literárias*

Tranquilidade e Descanso (TD)	Habilitações Literárias					Total
	Ensino Básico	Ensino Secundário	Ensino Profissional	Bacharelato/ Licenciatura	Mestrado/ Doutoramento	
N	Nula	5	8	45	Nula	58
%	Nula	8,6%	13,8%	77,6%	Nula	100,0%

*Quadro A.131 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CCL) versus
Habilitações literárias*

Contacto com a Cultura Local (CCL)	Habilitações Literárias					Total
	Ensino Básico	Ensino Secundário	Ensino Profissional	Bacharelato/ Licenciatura	Mestrado/ Doutoramento	
N	Nula	4	8	15	Nula	27
%	Nula	14,8%	29,6%	55,6%	Nula	100,0%

*Quadro A.132 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CN) versus
Habilitações literárias*

Contacto com a Natureza (CN)	Habilitações Literárias					Total
	Ensino Básico	Ensino Secundário	Ensino Profissional	Bacharelato/ Licenciatura	Mestrado/ Doutoramento	
N	Nula	5	11	31	Nula	47
%	Nula	10,6%	23,4%	66,0%	Nula	100,0%

*Quadro A.133 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AMR) versus
Habilitações literárias*

Atividades no Meio Rural (AMR)	Habilitações Literárias					Total
	Ensino Básico	Ensino Secundário	Ensino Profissional	Bacharelato/ Licenciatura	Mestrado/ Doutoramento	
N	Nula	3	6	7	Nula	16
%	Nula	18,8%	37,5%	43,8%	Nula	100,0%

*Quadro A.134 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (DS) versus
Habilitações literárias*

Desenvolvimento Sustentável (DS)	Habilitações Literárias					Total
	Ensino Básico	Ensino Secundário	Ensino Profissional	Bacharelato/ Licenciatura	Mestrado/ Doutoramento	
N	Nula	Nula	Nula	1	Nula	1
%	Nula	Nula	Nula	100,0%	Nula	100,0%

*Quadro A.135 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CPL) versus
Habilitações literárias*

Contacto com a População Local (CPL)	Habilitações Literárias					Total
	Ensino Básico	Ensino Secundário	Ensino Profissional	Bacharelato/ Licenciatura	Mestrado/ Doutoramento	
N	Nula	2	6	16	Nula	24
%	Nula	8,3%	25,0%	66,7%	Nula	100,0%

*Quadro A.136 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (GA/F) versus
Habilitações literárias*

Grupo de Amigos /Família (GA/F)	Habilitações Literárias					Total
	Ensino Básico	Ensino Secundário	Ensino Profissional	Bacharelato/ Licenciatura	Mestrado/ Doutoramento	
N	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
%	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula

*Quadro A.137 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (Outro) versus
Habilitações literárias*

Outro	Habilitações Literárias					Total
	Ensino Básico	Ensino Secundário	Ensino Profissional	Bacharelato/ Licenciatura	Mestrado/ Doutoramento	
N	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula
%	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula	Nula

Quadro A.138 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AF) versus Escalões de rendimento

Ambiente Familiar (AF)		N	%
Válidos	≤ 10.000 Euro	Nula	Nula
	10.001-20.000 Euro	3	6,1%
	20.001-30.000 Euro	3	6,1%
	30.001-40.000 Euro	5	10,2%
	40.001-50.000 Euro	6	12,2%
	50.001-60.000 Euro	5	10,2%
	60.001-70.000 Euro	5	10,2%
	> 70.000 Euro	22	44,9%
Total		49	100,0%

N= Frequência

Quadro A.139 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (TD) versus Escalões de rendimento

Tranquilidade e Descanso (TD)		N	%
Válidos	≤ 10.000 Euro	5	5,3%
	10.001-20.000 Euro	3	3,2%
	20.001-30.000 Euro	7	7,4%
	30.001-40.000 Euro	18	18,9%
	40.001-50.000 Euro	14	14,7%
	50.001-60.000 Euro	18	18,9%
	60.001-70.000 Euro	9	9,5%
	> 70.000 Euro	21	22,1%
Total		95	100,0%

N= Frequência

Quadro A.140 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CCL) versus Escalões de rendimento

Contacto com a Cultura Local (CCL)		N	%
Válidos	≤ 10.000 Euro	3	4,8%
	10.001-20.000 Euro	1	1,6%
	20.001-30.000 Euro	2	3,2%
	30.001-40.000 Euro	15	23,8%
	40.001-50.000 Euro	11	17,5%
	50.001-60.000 Euro	7	11,1%
	60.001-70.000 Euro	7	11,1%
	> 70.000 Euro	17	27,0%
Total		63	100,0%

N= Frequência

Quadro A.141 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CN) versus Escalões de rendimento

Contacto com a Natureza (CN)		N	%
Válidos	≤ 10.000 Euro	4	5,9%
	10.001-20.000 Euro	2	2,9%
	20.001-30.000 Euro	9	13,2%
	30.001-40.000 Euro	13	19,1%
	40.001-50.000 Euro	11	16,2%
	50.001-60.000 Euro	10	14,7%
	60.001-70.000 Euro	4	5,9%
	> 70.000 Euro	15	22,1%
Total		68	100,0%

N= Frequência

Quadro A.142 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AMR) versus Escalões de rendimento

Atividades no Meio Rural (AMR)		N	%
Válidos	≤ 10.000 Euro	3	8,8%
	10.001-20.000 Euro	1	2,9%
	20.001-30.000 Euro	1	2,9%
	30.001-40.000 Euro	4	11,8%
	40.001-50.000 Euro	3	8,8%
	50.001-60.000 Euro	4	11,8%
	60.001-70.000 Euro	5	14,7%
	> 70.000 Euro	13	38,2%
Total		34	100,0%

N= Frequência

Quadro A.143 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (DS) versus Escalões de rendimento

Desenvolvimento Sustentável (DS)		N	%
Válidos	≤ 10.000 Euro	Nula	Nula
	10.001-20.000 Euro	Nula	Nula
	20.001-30.000 Euro	3	6,1%
	30.001-40.000 Euro	2	4,1%
	40.001-50.000 Euro	Nula	Nula
	50.001-60.000 Euro	1	2,0%
	60.001-70.000 Euro	Nula	Nula
	> 70.000 Euro	Nula	Nula
Total		6	12,2%

N= Frequência

Quadro A.144 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CPL) versus Escalões de rendimento

Contacto com a População Local (CPL)		N	%
Válidos	≤ 10.000 Euro	Nula	Nula
	10.001-20.000 Euro	1	1,9%
	20.001-30.000 Euro	4	7,4%
	30.001-40.000 Euro	5	9,3%
	40.001-50.000 Euro	12	22,2%
	50.001-60.000 Euro	9	16,7%
	60.001-70.000 Euro	6	11,1%
	> 70.000 Euro	17	31,5%
Total		54	100,0%

N= Frequência

Quadro A.145 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (GA/F) versus Escalões de rendimento

Grupo de Amigos /Família (GA/F)		N	%
Válidos	≤ 10.000 Euro	Nula	Nula
	10.001-20.000 Euro	Nula	Nula
	20.001-30.000 Euro	Nula	Nula
	30.001-40.000 Euro	Nula	Nula
	40.001-50.000 Euro	Nula	Nula
	50.001-60.000 Euro	1	100,0%
	60.001-70.000 Euro	Nula	Nula
	> 70.000 Euro	Nula	Nula
Total		1	100,0%

N= Frequência

Quadro A.146 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (Outro) versus Escalões de rendimento

Outro		N	%
Válidos	≤ 10.000 Euro	Nula	Nula
	10.001-20.000 Euro	Nula	Nula
	20.001-30.000 Euro	Nula	Nula
	30.001-40.000 Euro	Nula	Nula
	40.001-50.000 Euro	Nula	Nula
	50.001-60.000 Euro	Nula	Nula
	60.001-70.000 Euro	Nula	Nula
	> 70.000 Euro	Nula	Nula
Total		Nula	Nula

N= Frequência

*Quadro A.147 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AF) versus
Grau de satisfação – aspetos da localidade*

Ambiente Familiar (AF)	Frequência		Média*	Moda**
	Válidos	Sem Resposta		
AF * Autenticidade da Paisagem	59	0	8,5	9
AF * Conservação da Arquitetura Tradicional	58	1	7,7	8
AF * Museus e Atrações Culturais	48	11	6,1	7 e 8
AF * Festivais e Eventos	46	13	6,4	7
AF * Costumes e Tradições	52	7	7,0	7
AF * Gastronomia Regional	55	4	7,7	8
AF * Hospitalidade da População Local	58	1	8,3	9
AF * Horário de Abertura dos Recursos Turísticos	50	9	6,7	7
AF * Sinalização Turística	55	4	6,2	6
AF * Variedade de Oferta de Serviços	51	8	6,4	6
AF * Serviços dos Postos de Informação Turística	48	11	4,9	6
AF * Infraestruturas de acesso a esta localidade	55	4	7,2	8 e 9

*Média= Média Aritmética, **Moda= Valor que ocorre com maior frequência.

*Quadro A.148 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (TD) versus
Grau de satisfação – aspetos da localidade*

Tranquilidade e Descanso (TD)	Frequência		Média*	Moda**
	Válidos	Sem Resposta		
TD * Autenticidade da Paisagem	105	1	8,4	8
TD * Conservação da Arquitetura Tradicional	104	2	7,4	8
TD * Museus e Atrações Culturais	87	19	5,7	6
TD * Festivais e Eventos	77	29	5,6	7
TD * Costumes e Tradições	85	21	6,7	7
TD * Gastronomia Regional	100	6	7,6	8
TD * Hospitalidade da População Local	106	0	8,2	8
TD * Horário de Abertura dos Recursos Turísticos	91	15	6,8	8
TD * Sinalização Turística	98	8	6,3	6
TD * Variedade de Oferta de Serviços	87	19	6,3	5
TD * Serviços dos Postos de Informação Turística	78	28	4,5	5
TD * Infraestruturas de acesso a esta localidade	100	6	7,1	8

*Média= Média Aritmética, **Moda= Valor que ocorre com maior frequência.

*Quadro A.149 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CCL) versus
Grau de satisfação – aspetos da localidade*

Contacto com a Cultura Local (CCL)	Frequência		Média*	Moda**
	Válidos	Sem Resposta		
CCL * Autenticidade da Paisagem	69	0	8,4	10
CCL * Conservação da Arquitetura Tradicional	68	1	7,2	8
CCL * Museus e Atrações Culturais	61	8	5,6	6
CCL * Festivais e Eventos	55	14	4,7	4
CCL * Costumes e Tradições	63	6	6,0	6
CCL * Gastronomia Regional	64	5	7,4	8
CCL * Hospitalidade da População Local	68	1	7,9	8
CCL * Horário de Abertura dos Recursos Turísticos	61	8	5,8	7
CCL * Sinalização Turística	65	4	6,2	6
CCL * Variedade de Oferta de Serviços	61	8	5,7	5
CCL * Serviços dos Postos de Informação Turística	57	12	4,1	4
CCL * Infraestruturas de acesso a esta localidade	65	4	6,4	8

*Média= Média Aritmética, **Moda= Valor que ocorre com maior frequência.

*Quadro A.150 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CN) versus
Grau de satisfação – aspetos da localidade*

Contacto com a Natureza (CN)	Frequência		Média*	Moda**
	Válidos	Sem Resposta		
CN * Autenticidade da Paisagem	78	1	8,3	9
CN * Conservação da Arquitetura Tradicional	77	2	7,4	7 e 8
CN * Museus e Atrações Culturais	60	19	6,0	7
CN * Festivais e Eventos	57	22	5,9	7
CN * Costumes e Tradições	63	16	7,0	7
CN * Gastronomia Regional	71	8	7,7	8
CN * Hospitalidade da População Local	77	2	8,1	9
CN * Horário de Abertura dos Recursos Turísticos	67	12	6,9	7
CN * Sinalização Turística	72	7	6,5	7
CN * Variedade de Oferta de Serviços	64	15	6,7	7
CN * Serviços dos Postos de Informação Turística	57	22	4,6	7
CN * Infraestruturas de acesso a esta localidade	71	8	7,4	8

*Média= Média Aritmética, **Moda= Valor que ocorre com maior frequência.

*Quadro A.151 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AMR) versus
Grau de satisfação – aspetos da localidade*

Atividades no Meio Rural (AMR)	Frequência		Média*	Moda**
	Válidos	Sem Resposta		
AMR * Autenticidade da Paisagem	34	1	8,4	10
AMR * Conservação da Arquitetura Tradicional	34	1	7,4	8
AMR * Museus e Atrações Culturais	28	7	6,0	6
AMR * Festivais e Eventos	29	6	5,1	4
AMR * Costumes e Tradições	31	4	6,4	6 e 8
AMR * Gastronomia Regional	33	2	7,4	8
AMR * Hospitalidade da População Local	34	1	7,7	7
AMR * Horário de Abertura dos Recursos Turísticos	30	5	6,5	7
AMR * Sinalização Turística	32	3	6,1	8
AMR * Variedade de Oferta de Serviços	30	5	6,3	4
AMR * Serviços dos Postos de Informação Turística	26	9	4,6	4
AMR * Infraestruturas de acesso a esta localidade	33	2	6,9	8

*Média= Média Aritmética, **Moda= Valor que ocorre com maior frequência.

*Quadro A.152 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (DS) versus
Grau de satisfação – aspetos da localidade*

Desenvolvimento Sustentável (DS)	Frequência		Média*	Moda**
	Válidos	Sem Resposta		
DS * Autenticidade da Paisagem	6	0	6,7	10
DS * Conservação da Arquitetura Tradicional	6	0	7,0	3 e 10
DS * Museus e Atrações Culturais	5	1	7,2	10
DS * Festivais e Eventos	5	1	6,8	10
DS * Costumes e Tradições	6	0	6,2	2 e 9
DS * Gastronomia Regional	5	1	5,6	1 e 9
DS * Hospitalidade da População Local	6	0	6,2	1 e 9
DS * Horário de Abertura dos Recursos Turísticos	4	2	6,5	9
DS * Sinalização Turística	5	1	6,8	9
DS * Variedade de Oferta de Serviços	6	0	6,5	1 e 10
DS * Serviços dos Postos de Informação Turística	4	2	3,8	5
DS * Infraestruturas de acesso a esta localidade	6	0	6,5	1 e 10

*Média= Média Aritmética, **Moda= Valor que ocorre com maior frequência.

*Quadro A.153 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CPL) versus
Grau de satisfação – aspetos da localidade*

Contacto com a População Local (CPL)	Frequência		Média*	Moda**
	Válidos	Sem Resposta		
CPL * Autenticidade da Paisagem	59	0	8,5	9
CPL * Conservação da Arquitetura Tradicional	58	1	7,3	8
CPL * Museus e Atrações Culturais	54	5	5,5	6
CPL * Festivais e Eventos	51	8	5,7	7
CPL * Costumes e Tradições	55	4	6,6	7 e 8
CPL * Gastronomia Regional	57	2	7,6	8
CPL * Hospitalidade da População Local	59	0	7,9	8
CPL * Horário de Abertura dos Recursos Turísticos	52	7	5,8	7
CPL * Sinalização Turística	56	3	6,1	6
CPL * Variedade de Oferta de Serviços	54	5	5,5	5
CPL * Serviços dos Postos de Informação Turística	51	8	3,8	3 e 6
CPL * Infraestruturas de acesso a esta localidade	57	2	6,5	8

*Média= Média Aritmética, **Moda= Valor que ocorre com maior frequência.

*Quadro A.154 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (GA/F) versus
Grau de satisfação – aspetos da localidade*

Grupo de Amigos /Família (GA/F)	Frequência		Média*	Moda**
	Válidos	Sem Resposta		
GA/F * Autenticidade da Paisagem	2	0	9,5	9 e 10
GA/F * Conservação da Arquitetura Tradicional	2	0	7,0	4 e 10
GA/F * Museus e Atrações Culturais	1	1	5,0	5
GA/F * Festivais e Eventos	1	1	5,0	5
GA/F * Costumes e Tradições	1	1	4,0	4
GA/F * Gastronomia Regional	1	1	6,0	6
GA/F * Hospitalidade da População Local	2	0	9,0	8 e 10
GA/F * Horário de Abertura dos Recursos Turísticos	Nula	Nula	Nula	Nula
GA/F * Sinalização Turística	1	1	8,0	8
GA/F * Variedade de Oferta de Serviços	1	1	6,0	6
GA/F * Serviços dos Postos de Informação Turística	Nula	Nula	Nula	Nula
GA/F * Infraestruturas de acesso a esta localidade	1	1	9,0	9

*Média= Média Aritmética, **Moda= Valor que ocorre com maior frequência.

Quadro A.155 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (Outro) versus Grau de satisfação – aspetos da localidade

Outro	Frequência		Média*	Moda**
	Válidos	Sem Resposta		
Outro * Autenticidade da Paisagem	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Conservação da Arquitetura Tradicional	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Museus e Atrações Culturais	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Festivais e Eventos	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Costumes e Tradições	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Gastronomia Regional	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Hospitalidade da População Local	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Horário de Abertura dos Recursos Turísticos	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Sinalização Turística	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Variedade de Oferta de Serviços	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Serviços dos Postos de Informação Turística	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Infraestruturas de acesso a esta localidade	Nula	Nula	Nula	Nula

*Média= Média Aritmética, **Moda= Valor que ocorre com maior frequência.

*Quadro A.156 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AF) versus
Grau de satisfação – qualidade do alojamento*

Ambiente Familiar (AF)	Frequência		Média*	Moda**
	Válidos	Sem Resposta		
AF * Atendimento Pessoal - Profissionalismo	58	1	7,2	7
AF * Atendimento Pessoal - Hospitalidade	59	0	8,6	10
AF * Limpeza e Manutenção	59	0	8,2	9
AF * Equipamento e Decoração	59	0	8,1	9
AF * Estilo Arquitetónico	59	0	8,2	10
AF * Alimentação	17	42	7,1	10
AF * Animação	9	50	6,6	10
AF * Contacto com os Proprietários do Alojamento	59	0	7,9	10
AF * Localização e Arredores	59	0	7,9	9
AF * Sustentabilidade/ Preocupação com o Meio Ambiente	56	3	7,5	9
AF * Relação Qualidade / Serviços / Preços	59	0	7,4	8
AF * Acesso a Novas Tecnologias	53	6	6,8	8
AF * Informação sobre a Localidade	53	6	6,9	8

*Média= Média Aritmética, **Moda= Valor que ocorre com maior frequência.

*Quadro A.157 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (TD) versus
Grau de satisfação – qualidade do alojamento*

Tranquilidade e Descanso (TD)	Frequência		Média*	Moda**
	Válidos	Sem Resposta		
TD * Atendimento Pessoal - Profissionalismo	105	1	7,8	7 e 10
TD * Atendimento Pessoal - Hospitalidade	106	0	8,8	10
TD * Limpeza e Manutenção	106	0	8,4	9
TD * Equipamento e Decoração	106	0	8,3	8
TD * Estilo Arquitetónico	106	0	8,4	9
TD * Alimentação	45	61	6,8	10
TD * Animação	33	73	5,3	1
TD * Contacto com os Proprietários do Alojamento	105	1	8,0	10
TD * Localização e Arredores	105	1	8,2	9
TD * Sustentabilidade/ Preocupação com o Meio Ambiente	97	9	7,8	10
TD * Relação Qualidade / Serviços / Preços	103	3	7,8	9
TD * Acesso a Novas Tecnologias	95	11	7,1	8
TD * Informação sobre a Localidade	94	12	7,2	8

*Média= Média Aritmética, **Moda= Valor que ocorre com maior frequência.

*Quadro A.158 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CCL) versus
Grau de satisfação – qualidade do alojamento*

Contacto com a Cultura Local (CCL)	Frequência		Média*	Moda**
	Válidos	Sem Resposta		
CCL * Atendimento Pessoal - Profissionalismo	68	1	7,0	7
CCL * Atendimento Pessoal - Hospitalidade	69	0	8,2	10
CCL * Limpeza e Manutenção	69	0	7,9	8
CCL * Equipamento e Decoração	69	0	7,5	8
CCL * Estilo Arquitetónico	68	1	7,7	8
CCL * Alimentação	32	37	6,3	10
CCL * Animação	22	47	4,5	1 e 2
CCL * Contacto com os Proprietários do Alojamento	69	0	7,0	10
CCL * Localização e Arredores	69	0	7,6	8
CCL * Sustentabilidade/ Preocupação com o Meio Ambiente	64	5	6,5	5
CCL * Relação Qualidade / Serviços / Preços	66	3	6,9	9
CCL * Acesso a Novas Tecnologias	62	7	6,0	7
CCL * Informação sobre a Localidade	63	6	5,9	7

*Média= Média Aritmética, **Moda= Valor que ocorre com maior frequência.

*Quadro A.159 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CN) versus
Grau de satisfação – qualidade do alojamento*

Contacto com a Natureza (CN)	Frequência		Média*	Moda**
	Válidos	Sem Resposta		
CN * Atendimento Pessoal - Profissionalismo	77	2	7,6	7
CN * Atendimento Pessoal - Hospitalidade	78	1	8,7	10
CN * Limpeza e Manutenção	78	1	8,3	9
CN * Equipamento e Decoração	79	0	8,2	8
CN * Estilo Arquitetónico	78	1	8,3	9
CN * Alimentação	32	47	6,5	10
CN * Animação	26	53	5,0	1 e 2
CN * Contacto com os Proprietários do Alojamento	78	1	8,2	10
CN * Localização e Arredores	77	2	8,3	8 e 9
CN * Sustentabilidade/ Preocupação com o Meio Ambiente	71	8	7,7	10
CN * Relação Qualidade / Serviços / Preços	75	4	7,6	8
CN * Acesso a Novas Tecnologias	68	11	7,0	8
CN * Informação sobre a Localidade	72	7	7,3	8

*Média= Média Aritmética, **Moda= Valor que ocorre com maior frequência.

*Quadro A.160 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (AMR) versus
Grau de satisfação – qualidade do alojamento*

Atividades no Meio Rural (AMR)	Frequência		Média*	Moda**
	Válidos	Sem Resposta		
AMR * Atendimento Pessoal - Profissionalismo	34	1	6,5	7
AMR * Atendimento Pessoal - Hospitalidade	34	1	7,9	7
AMR * Limpeza e Manutenção	34	1	8,0	8
AMR * Equipamento e Decoração	35	0	7,6	7
AMR * Estilo Arquitetónico	35	0	7,8	7
AMR * Alimentação	15	20	6,3	10
AMR * Animação	10	25	4,7	2
AMR * Contacto com os Proprietários do Alojamento	34	1	6,7	7 e 10
AMR * Localização e Arredores	34	1	7,6	8 e 9
AMR * Sustentabilidade/ Preocupação com o Meio Ambiente	33	2	6,3	5, 6 e 10
AMR * Relação Qualidade / Serviços / Preços	34	1	6,8	6 e 7
AMR * Acesso a Novas Tecnologias	32	3	5,9	7
AMR * Informação sobre a Localidade	33	2	6,3	6

*Média= Média Aritmética, **Moda= Valor que ocorre com maior frequência.

*Quadro A.161 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (DS) versus
Grau de satisfação – qualidade do alojamento*

Desenvolvimento Sustentável (DS)	Frequência		Média*	Moda**
	Válidos	Sem Resposta		
DS * Atendimento Pessoal - Profissionalismo	6	0	6,2	1 e 10
DS * Atendimento Pessoal - Hospitalidade	6	0	7,0	10
DS * Limpeza e Manutenção	6	0	6,5	1 e 10
DS * Equipamento e Decoração	6	0	6,8	10
DS * Estilo Arquitetónico	6	0	7,2	10
DS * Alimentação	5	1	6,4	10
DS * Animação	4	2	7,8	10
DS * Contacto com os Proprietários do Alojamento	6	0	7,0	10
DS * Localização e Arredores	6	0	7,2	10
DS * Sustentabilidade/ Preocupação com o Meio Ambiente	6	0	6,7	2 e 10
DS * Relação Qualidade / Serviços / Preços	6	0	6,5	10
DS * Acesso a Novas Tecnologias	5	1	7,4	10
DS * Informação sobre a Localidade	5	1	7,0	7 e 10

*Média= Média Aritmética, **Moda= Valor que ocorre com maior frequência.

*Quadro A.162 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (CPL) versus
Grau de satisfação – qualidade do alojamento*

Contacto com a População Local (CPL)	Frequência		Média*	Moda**
	Válidos	Sem Resposta		
CPL * Atendimento Pessoal - Profissionalismo	58	1	6,8	7
CPL * Atendimento Pessoal - Hospitalidade	59	0	8,4	10
CPL * Limpeza e Manutenção	59	0	8,1	9
CPL * Equipamento e Decoração	59	0	8,0	9
CPL * Estilo Arquitetónico	59	0	8,1	9
CPL * Alimentação	22	37	6,4	10
CPL * Animação	13	46	5,9	10
CPL * Contacto com os Proprietários do Alojamento	59	0	7,4	10
CPL * Localização e Arredores	59	0	7,8	9
CPL * Sustentabilidade/ Preocupação com o Meio Ambiente	55	4	7,2	10
CPL * Relação Qualidade / Serviços / Preços	58	1	7,4	9
CPL * Acesso a Novas Tecnologias	51	8	6,5	7
CPL * Informação sobre a Localidade	55	4	6,8	7

*Média= Média Aritmética, **Moda= Valor que ocorre com maior frequência.

*Quadro A.163 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (GA/F) versus
Grau de satisfação – qualidade do alojamento*

Grupo de Amigos /Família (GA/F)	Frequência		Média*	Moda**
	Válidos	Sem Resposta		
GA/F * Atendimento Pessoal - Profissionalismo	2	0	10,0	10
GA/F * Atendimento Pessoal - Hospitalidade	2	0	10,0	10
GA/F * Limpeza e Manutenção	2	0	10,0	10
GA/F * Equipamento e Decoração	2	0	8,5	7 e 10
GA/F * Estilo Arquitetónico	2	0	9,0	8 e 10
GA/F * Alimentação	1	1	6,0	6
GA/F * Animação	Nula	Nula	Nula	Nula
GA/F * Contacto com os Proprietários do Alojamento	2	0	10,0	10
GA/F * Localização e Arredores	2	0	10,0	10
GA/F * Sustentabilidade/ Preocupação com o Meio Ambiente	2	0	8,5	7 e 10
GA/F * Relação Qualidade / Serviços / Preços	2	0	9,5	9 e 10
GA/F * Acesso a Novas Tecnologias	1	1	1,0	1
GA/F * Informação sobre a Localidade	1	1	7,0	7

*Média= Média Aritmética, **Moda= Valor que ocorre com maior frequência.

*Quadro A.164 - Porque motivo optou por uma unidade turística rural (Outro) versus
Grau de satisfação – qualidade do alojamento*

Outro	Frequência		Média*	Moda**
	Válidos	Sem Resposta		
Outro * Atendimento Pessoal - Profissionalismo	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Atendimento Pessoal - Hospitalidade	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Limpeza e Manutenção	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Equipamento e Decoração	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Estilo Arquitetónico	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Alimentação	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Animação	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Contacto com os Proprietários do Alojamento	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Localização e Arredores	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Sustentabilidade/ Preocupação com o Meio Ambiente	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Relação Qualidade / Serviços / Preços	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Acesso a Novas Tecnologias	Nula	Nula	Nula	Nula
Outro * Informação sobre a Localidade	Nula	Nula	Nula	Nula

*Média= Média Aritmética, **Moda= Valor que ocorre com maior frequência.

Quadro A.165 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (EGT) versus Tempo de estadia

Experimentar a Gastronomia Tradicional (EGT)	Tempo de Estadia - Grupos				
	1	2	3	4	Total
N	17	78	31	3	129
%	13,2%	60,5%	24,0%	2,3%	100,0%

Grupos: 1 (0 a 3 noites); 2 (4 a 7 noites); 3 (8 a 15 noites); 4 (16 a 30 noites)

Quadro A.166 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (CPTZ) versus Tempo de estadia

Comprar Produtos Tradicionais da Zona (CPTZ)	Tempo de Estadia - Grupos				
	1	2	3	4	Total
N	4	56	24	1	85
%	4,7%	65,9%	28,2%	1,2%	100,0%

Grupos: 1 (0 a 3 noites); 2 (4 a 7 noites); 3 (8 a 15 noites); 4 (16 a 30 noites)

Quadro A.167 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (RAC) versus Tempo de estadia

Realizar Atividades Culturais (RAC)	Tempo de Estadia - Grupos				
	1	2	3	4	Total
N	6	40	19	1	66
%	9,1%	60,6%	28,8%	1,5%	100,0%

Grupos: 1 (0 a 3 noites); 2 (4 a 7 noites); 3 (8 a 15 noites); 4 (16 a 30 noites)

Quadro A.168 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (RAN) versus Tempo de estadia

Realizar Atividades na Natureza (RAN)	Tempo de Estadia - Grupos				
	1	2	3	4	Total
N	18	79	35	4	136
%	13,2%	58,1%	25,7%	2,9%	100,0%

Grupos: **1** (0 a 3 noites); **2** (4 a 7 noites); **3** (8 a 15 noites); **4** (16 a 30 noites)

Quadro A.169 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (RADA) versus Tempo de estadia

Realizar Atividades Desportivas ou de Aventura (RADA)	Tempo de Estadia - Grupos				
	1	2	3	4	Total
N	3	23	6	Nula	32
%	9,4%	71,9%	18,8%	Nula	100,0%

Grupos: **1** (0 a 3 noites); **2** (4 a 7 noites); **3** (8 a 15 noites); **4** (16 a 30 noites)

Quadro A.170 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (Outras) versus Tempo de estadia

Outras	Tempo de Estadia - Grupos				
	1	2	3	4	Total
N	5	4	1	Nula	10
%	50,0%	40,0%	10,0%	Nula	100,0%

Grupos: **1** (0 a 3 noites); **2** (4 a 7 noites); **3** (8 a 15 noites); **4** (16 a 30 noites)

Quadro A.171 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (EGT) versus Residência habitual – TOP 5

Experimentar a Gastronomia Tradicional (EGT)	Casos Válidos	
	N	%
EGT * Alemanha	24	18,6%
EGT * França	46	35,7%
EGT * Países Baixos	13	10,1%
EGT * Reino Unido	12	9,3%
EGT * Suíça	12	9,3%
EGT * Outro	22	17,1%

N= Frequência

Quadro A.172 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (CPTZ) versus Residência habitual – TOP 5

Comprar Produtos Tradicionais da Zona (CPTZ)	Casos Válidos	
	N	%
CPTZ * Alemanha	14	16,5%
CPTZ * França	38	44,7%
CPTZ * Países Baixos	9	10,6%
CPTZ * Reino Unido	6	7,1%
CPTZ * Suíça	7	8,2%
CPTZ * Outro	11	12,9%

N= Frequência

Quadro A.173 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (RAC) versus Residência habitual – TOP 5

Realizar Atividades Culturais (RAC)	Casos Válidos	
	N	%
RAC * Alemanha	11	16,7%
RAC * França	20	30,3%
RAC * Países Baixos	7	10,6%
RAC * Reino Unido	11	16,7%
RAC * Suíça	10	15,2%
RAC * Outro	7	10,6%

N= Frequência

Quadro A.174 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (RAN) versus Residência habitual – TOP 5

Realizar Atividades na Natureza (RAN)	Casos Válidos	
	N	%
RAN * Alemanha	37	27,2%
RAN * França	47	34,6%
RAN * Países Baixos	12	8,8%
RAN * Reino Unido	10	7,4%
RAN * Suíça	12	8,8%
RAN * Outro	18	13,2%

N= Frequência

Quadro A.175 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (RADA) versus Residência habitual – TOP 5

Realizar Atividades Desportivas ou de Aventura (RADA)	Casos Válidos	
	N	%
RADA * Alemanha	4	12,5%
RADA * França	22	68,8%
RADA * Países Baixos	Nula	Nula
RADA * Reino Unido	Nula	Nula
RADA * Suíça	2	6,3%
RADA * Outro	4	12,5%

N= Frequência

Quadro A.176 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (Outras) versus Residência habitual – TOP 5

Outras	Casos Válidos	
	N	%
Outras * Alemanha	4	40,0%
Outras * França	1	10,0%
Outras * Países Baixos	1	10,0%
Outras * Reino Unido	Nula	Nula
Outras * Suíça	Nula	Nula
Outras * Outro	4	40,0%

N= Frequência

*Quadro A.177 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (EGT)
versus Habilitações literárias*

Experimentar a Gastronomia Tradicional (EGT)	Habilitações Literárias					Total
	Ensino Básico	Ensino Secundário	Ensino Profissional	Bacharelato/ Licenciatura	Mestrado/ Doutoramento	
N	3	7	13	47	59	129
%	2,3%	5,4%	10,1%	36,4%	45,7%	100,0%

*Quadro A.178 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia
(CPTZ) versus Habilitações literárias*

Comprar Produtos Tradicionais da Zona (CPTZ)	Habilitações Literárias					Total
	Ensino Básico	Ensino Secundário	Ensino Profissional	Bacharelato/ Licenciatura	Mestrado/ Doutoramento	
N	2	2	11	30	40	85
%	2,4%	2,4%	12,9%	35,3%	47,1%	100,0%

*Quadro A.179 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (RAC)
versus Habilitações literárias*

Realizar Atividades Culturais (RAC)	Habilitações Literárias					Total
	Ensino Básico	Ensino Secundário	Ensino Profissional	Bacharelato/ Licenciatura	Mestrado/ Doutoramento	
N	1	3	9	19	34	66
%	1,5%	4,5%	13,6%	28,8%	51,5%	100,0%

*Quadro A.180 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (RAN)
versus Habilitações literárias*

Realizar Atividades na Natureza (RAN)	Habilitações Literárias					Total
	Ensino Básico	Ensino Secundário	Ensino Profissional	Bacharelato/ Licenciatura	Mestrado/ Doutoramento	
N	3	7	17	46	63	136
%	2,2%	5,1%	12,5%	33,8%	46,3%	100,0%

*Quadro A.181 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia
(RADA) versus Habilitações literárias*

Realizar Atividades Desportivas ou de Aventura (RADA)	Habilitações Literárias					Total
	Ensino Básico	Ensino Secundário	Ensino Profissional	Bacharelato/ Licenciatura	Mestrado/ Doutoramento	
N	0	0	2	7	23	32
%	0,0%	0,0%	6,3%	21,9%	71,9%	100,0%

*Quadro A.182 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia
(Outras) versus Habilitações literárias*

Outras	Habilitações Literárias					Total
	Ensino Básico	Ensino Secundário	Ensino Profissional	Bacharelato/ Licenciatura	Mestrado/ Doutoramento	
N	1	1	1	3	4	10
%	10,0%	10,0%	10,0%	30,0%	40,0%	100,0%

Quadro A.183 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (EGT) versus Escalões de rendimento

Experimentar a Gastronomia Tradicional (EGT)		N	%
Válidos	≤ 10.000 Euro	4	3,6%
	10.001-20.000 Euro	3	2,7%
	20.001-30.000 Euro	9	8,1%
	30.001-40.000 Euro	17	15,3%
	40.001-50.000 Euro	19	17,1%
	50.001-60.000 Euro	19	17,1%
	60.001-70.000 Euro	10	9,0%
	> 70.000 Euro	30	27,0%
Total		111	100,0%

N= Frequência

Quadro A.184 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (CPTZ) versus Escalões de rendimento

Comprar Produtos Tradicionais da Zona (CPTZ)		N	%
Válidos	≤ 10.000 Euro	2	2,6%
	10.001-20.000 Euro	1	1,3%
	20.001-30.000 Euro	4	5,1%
	30.001-40.000 Euro	13	16,7%
	40.001-50.000 Euro	15	19,2%
	50.001-60.000 Euro	10	12,8%
	60.001-70.000 Euro	7	9,0%
	> 70.000 Euro	26	33,3%
Total		78	100,0%

N= Frequência

*Quadro A.185 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (RAC)
versus Escalões de rendimento*

Realizar Atividades Culturais (RAC)		N	%
Válidos	≤ 10.000 Euro	Nula	Nula
	10.001-20.000 Euro	1	1,6%
	20.001-30.000 Euro	2	3,3%
	30.001-40.000 Euro	12	19,7%
	40.001-50.000 Euro	9	14,8%
	50.001-60.000 Euro	7	11,5%
	60.001-70.000 Euro	7	11,5%
	> 70.000 Euro	23	37,7%
Total		61	100,0%

N= Frequência

*Quadro A.186 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia (RAN)
versus Escalões de rendimento*

Realizar Atividades na Natureza (RAN)		N	%
Válidos	≤ 10.000 Euro	3	2,6%
	10.001-20.000 Euro	4	3,4%
	20.001-30.000 Euro	10	8,5%
	30.001-40.000 Euro	20	17,1%
	40.001-50.000 Euro	23	19,7%
	50.001-60.000 Euro	18	15,4%
	60.001-70.000 Euro	8	6,8%
	> 70.000 Euro	31	26,5%
Total		117	100,0%

N= Frequência

Quadro A.187 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia
(RADA) versus Escalões de rendimento

Realizar Atividades Desportivas ou de Aventura (RADA)		N	%
Válidos	≤ 10.000 Euro	Nula	Nula
	10.001-20.000 Euro	2	8,0%
	20.001-30.000 Euro	3	12,0%
	30.001-40.000 Euro	6	24,0%
	40.001-50.000 Euro	5	20,0%
	50.001-60.000 Euro	7	28,0%
	60.001-70.000 Euro	Nula	Nula
	> 70.000 Euro	2	8,0%
Total		25	100,0%

N= Frequência

Quadro A.188 - Atividades que realizou ou pensa realizar durante a sua estadia
(Outras) versus Escalões de rendimento

Outras		N	%
Válidos	≤ 10.000 Euro	Nula	Nula
	10.001-20.000 Euro	1	0,9%
	20.001-30.000 Euro	2	1,8%
	30.001-40.000 Euro	2	1,8%
	40.001-50.000 Euro	1	0,9%
	50.001-60.000 Euro	Nula	Nula
	60.001-70.000 Euro	1	0,9%
	> 70.000 Euro	2	1,8%
Total		9	8,1%

N= Frequência